



LES PÉNICHES HÔTELS



Étude sur le fonctionnement
et les retombées économiques

DONNÉES 2018 - 2019



SOMMAIRE

PRÉAMBULE	4
-----------------	---



LES ÉTUDES SUR LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME FLUVIAL	4
LA SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE SUR LA FILIÈRE PÉNICHES HÔTELS	5

CHAPITRE 01	
LA FILIÈRE PÉNICHES HÔTELS	12



CHAPITRE 02	
LA COMMERCIALISATION	26



CHAPITRE 03	
LA CLIENTÈLE	34



CHAPITRE 04	
FOCUS LES BASSINS DE NAVIGATION	54



CHAPITRE 05	
L'ÉCONOMIE DES OPÉRATEURS	62



CHAPITRE 06	
LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES	70



ANNEXES	100
----------------------	-----



ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE	102
ANNEXE 2 : LES ENTRETIENS	105
ANNEXE 3 : MODE OPÉRATOIRE GÉNÉRAL	106

TABLE DES MATIÈRES	108
--------------------------	-----



PRÉAMBULE



LES ÉTUDES

sur les retombées économiques du tourisme fluvial

Concourir par l'économie touristique à l'aménagement des territoires et à la qualité de vie est une des missions assurées par Voies navigables de France. Il s'agit de contribuer à l'élaboration d'une offre touristique saisonnalisée adaptée à la fréquentation des voies, au développement d'espaces privilégiés pour les activités de loisirs et à la valorisation d'un patrimoine qui porte l'identité du territoire.

Pour, dans ce domaine, construire des politiques publiques pertinentes avec les collectivités, garantir la bonne adaptation de l'offre de services proposée aux usagers et prioriser les investissements sur le réseau, Voies navigables de France (VNF) pilote la réalisation d'études et de tableaux de bord sur les activités de tourisme fluvial :

- Tous les ans, grâce à l'Observatoire national du tourisme fluvial, VNF publie quelques chiffres clés.
- Tous les cinq ans environ, l'établissement engage des études ayant pour objet de présenter le fonctionnement détaillé et les enjeux de chacune des filières du tourisme fluvial, ainsi que les retombées économiques pour les territoires.

La présente étude relative à la filière des péniches hôtels s'inscrit dans le prolongement des rapports publiés entre 2012 et 2014 par VNF. Elle a été conduite en parallèle de la réalisation de 4 autres études filières, également disponibles sur le site internet de VNF, ainsi que de la synthèse « Portraits de filières » qui reprend les chiffres clés de ces différents travaux.

Ces documents couvrent toutes les familles du tourisme fluvial, c'est-à-dire : les bateaux promenade, la croisière fluviale (les filières des péniches hôtels et des paquebots fluviaux) et la plaisance (les filières de la location de bateaux habitables et de la plaisance privée).

VNF remercie l'ensemble des parties prenantes de ces études : les représentants des filières, les institutionnels, les plaisanciers, les professionnels qui ont accordé du temps puis ont facilité l'accès à leurs clients, ainsi que les agents de VNF pour leurs contributions précieuses.

VNF espère que ces documents contribueront au développement du tourisme fluvial, qui affiche en 2019 **un poids économique de 1,4 milliard d'euros** pour **6 100 emplois directs en France**, et qui contribue à attirer en France plus de **6,4 millions de touristes étrangers**, parfois dans des territoires injustement délaissés. ●

LA SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE sur la filière péniches hôtels

Un poids économique de 63 millions d'euros TTC

Au niveau national **le poids économique global de la filière péniches hôtels est évalué à 63 millions d'euros TTC**. L'essentiel de ce poids économique provient de la dépense des entreprises : 46 M€, soit **74 % du poids économique global**. Ceci s'explique par le fait que **les séjours à bord de péniches hôtels sont généralement « tout compris »** : le client paie un prix forfaitaire

comprenant l'hébergement et les repas à bord de la péniche, mais également les transports (les transferts entre la gare ou l'aéroport et le lieu d'embarquement et vice versa à la fin du séjour, ainsi que lors des excursions pendant la croisière), les visites et activités pendant la croisière (entrées de sites, prestations de guidage), voire les repas pris dans des restaurants à terre au cours de

la croisière. Toutes ces dépenses sont réglées par les opérateurs de croisière auprès des différents prestataires concernés.

À l'échelle des bassins le poids économique global de la filière est évalué à 22,1 millions d'euros HT.

Comme au plan national, il est principalement lié à la dépense des opérateurs de la filière (14,9 millions d'euros). ●

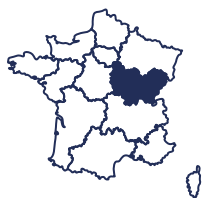


© Damien Lachas

Près de 500 emplois directs

Le nombre de personnels de bord peut varier sensiblement d'une péniche hôtel à l'autre, principalement en fonction de la capacité d'accueil de la péniche et du niveau des prestations proposées. **L'équipe à bord est généralement composée de 6 personnes maximum**, même pour les péniches disposant de plus de 10 cabines, soit un ratio élevé de membres d'équipage par passager.

Globalement, on dénombre ainsi près de **500 emplois**, répartis entre emplois permanents (43 %) et emplois saisonniers (57 %). Pour ces derniers, il s'agit principalement d'emplois de navigants : capitaines, matelots, guides, hôtesse et cuisiniers. Une trentaine d'emplois permanents est tenue par des personnels administratifs, techniciens ou responsables non navigants, essentiellement dans les structures exploitant plusieurs péniches hôtels. ●



LA BOURGOGNE BERCEAU DE LA FILIÈRE

68 sociétés pour 89 péniches hôtels

En 2018, on recense 68 opérateurs de péniches hôtels en France pour une flotte de 89 unités et une capacité d'accueil de 1 030 passagers. Un grand nombre d'entre eux sont des entreprises individuelles puisque près de 70 % des opérateurs ne possèdent qu'une seule unité.

Seules 7 sociétés exploitent 2 péniches et plus, Belmond Afloat in France disposant de la flotte la plus importante avec 7 péniches.

Ces péniches hôtels sont souvent d'anciennes péniches affectées à la navigation de commerce qui ont été transformées pour accueillir des passagers. Les croisières se font généralement en aller simple sur une semaine durant une saison qui s'étend d'avril à fin octobre.

Berceau historique de la filière, le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté, avec 36 unités recensées, détient 40 % de l'offre hexagonale. Le bassin Aquitaine Occitanie occupe la deuxième position (23 bateaux) avec des circuits principalement développés sur le canal du Midi. On

ne recense aucune péniche hôtel sur le bassin Ouest ; ce bassin n'a jamais réussi à développer une offre pérenne. C'est à la fois un problème de réseau (dimensions, réseau isolé...) et d'attractivité touristique, les circuits vendus s'appuyant en grande partie sur le patrimoine gastronomique (en particulier œnologique) des territoires traversés.

La capacité d'accueil par péniche s'avère moins importante sur les bassins Aquitaine Occitanie et Centre Bourgogne-Franche-Comté (respectivement 9,3 et 9,8 passagers), ce qui est le fruit d'un produit plus haut de gamme sur ces destinations. À l'inverse, la capacité d'accueil par péniche est plus grande sur les bassins Rhône-Alpes et Hauts-de-France (respectivement 19 et 18 passagers) avec des péniches positionnées sur la « croisière vélo » (4 en Hauts-de-France et 2 sur le bassin Rhône-Alpes) qui, généralement, offrent une capacité d'accueil d'une vingtaine de passagers. Sur le Grand Est, la flotte offre une capacité d'accueil médiane (13,7 passagers par péniche). ●



© Damien Lachas

Un produit en cours de diversification

Orienté à l'origine sur le segment du luxe, le marché des péniches hôtels se diversifie depuis quelques années. L'arrivée sur ce marché en 2012 de CroisiEurope, compagnie auparavant positionnée sur le marché des paquebots fluviaux¹, a apporté un dynamisme à la filière et ouvert la voie à une certaine démocratisation du produit péniche hôtel. **Les péniches de CroisiEurope offrent une capacité d'accueil moyenne plus élevée** (22 à 24 passagers par péniche) et des prestations moins haut de gamme pour des tarifs moins élevés. Dans ce sillage, le développement récent de **l'offre en croisières vélo** à bord de péniches de capacités d'accueil plus élevées et au cours

desquelles l'accent est plus mis sur les excursions à vélo que sur le niveau élevé des prestations à bord, est venu renforcer cette diversification d'offre et de positionnement.

En outre, les professionnels tentent de développer des croisières familiales qui cependant restent encore peu fréquentées.

Les tarifs de vente des croisières à bord de péniches les plus haut de gamme oscillent entre 3 000 et 8 000 € par passager pour une croisière d'une semaine. Chez CroisiEurope et sur les péniches vélo, les tarifs commencent entre 1 500 et 1 900 € la semaine par personne selon le bassin de navigation, la période, le niveau de confort... ●

1. Un paquebot fluvial est un bateau à passagers proposant des croisières avec hébergement, dont la capacité en passagers est supérieure ou égale à 50 personnes. Ces unités peuvent transporter jusqu'à 200 passagers maximum. En complément, la taille de ces bateaux varie entre 80 et 135 mètres, la longueur moyenne observée étant de 110 mètres.



© Enchante Finesse

Des circuits de commercialisation spécifiques

Très peu d'opérateurs vendent les séjours à bord de leurs péniches en direct. La commercialisation des péniches hôtels haut de gamme est dominée par des acteurs, majoritairement étrangers (et s'adressant à une clientèle étrangère), spécialisés sur les séjours haut de gamme, voire sur les séjours à bord de péniches. Ces grossistes – tels que la profession les appelle – commercialisent généralement plusieurs péniches de propriétaires différents et se rémunèrent par une commission sur les séjours vendus, invisible pour le client qui paye un prix global.

Les agents de voyages interviennent également dans la commercialisation des péniches, soit en tant qu'intermédiaire entre le client et l'opérateur de péniche hôtel, soit en tant qu'intermédiaire entre le client et le grossiste. Ces agents de voyages se rémunèrent également par une commission.

Les agents de voyages et grossistes qui traitent directement avec le client élaborent des offres sur-mesure et apportent un sentiment de sécurité à ce dernier qui leur confie la tâche d'organiser ses vacances.

La chartérisation est très répandue dans la commercialisation des péniches, c'est le positionnement initial du produit notamment pour les péniches haut de gamme offrant des capacités d'accueil limitées (12 passagers maximum). Ce système de privatisation permet à un groupe constitué (amis, famille) de réserver la péniche entière pour lui, sans se trouver mêlé à d'autres passagers inconnus. Certaines péniches, notamment chez Belmond Afloat in France, sont uniquement réservables en charter. ●



L'importance du « local » dans le fonctionnement de la filière

L'impact économique direct d'une péniche hôtel, à savoir les ressources financières nouvelles générées sur le territoire directement attribuables à l'installation d'une péniche, est de l'ordre de **236 000 € HT**.

Les péniches hôtels contribuent à l'activité économique locale,

notamment par l'achat de produits chez les fournisseurs. L'approvisionnement en vivres est généralement réalisé localement et beaucoup de péniches ont des partenariats avec des restaurateurs pour y emmener leurs clients au cours de la croisière. ●

Près de 15 000 passagers, très peu de Français

En 2018, les péniches hôtels ont transporté près de 15 000 passagers sur les voies d'eau hexagonales, dont un tiers sur le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté, et 20 % en Aquitaine Occitanie. Ce nombre de passagers transportés peut sembler faible mais il est à mettre en regard de la capacité d'accueil des péniches hôtels qui, rappelons-le, est de 1 030 places au total.

La fréquentation des péniches hôtels est surtout le fait d'une clientèle étrangère. La clientèle

française ne représente que 4 % de l'ensemble des croisiéristes. Elle est présente chez certains opérateurs comme CroisiEurope (où elle est néanmoins très marginale puisque de l'ordre de 5 %) ou certains indépendants, mais totalement absente dans la plupart des structures.

L'essentiel de la clientèle provient de pays anglo-saxons extra-européens : États-Unis (66 %) et Australie (14 %) en tête. En provenance d'Europe, les Britanniques sont les plus

nombreux : un passager sur 10. Les autres nationalités (Allemands, Suisses, Belges, Scandinaves) forment une part marginale de la fréquentation (de 0,2 à 1,4 %).

Il y a quelques années, les Russes représentaient une petite partie des clients, mais ceux-ci semblent avoir disparu. Ceci s'explique par la dévaluation du rouble fin 2014 combinée à une crise géopolitique ayant mené les autorités russes à inciter les Russes à ne plus voyager à l'étranger¹. ●

1. Voir à ce sujet : Jean Radvanyi, Le tourisme en Russie : des potentialités à confirmer. Regards de l'Observatoire franco-russe, L'inventaire, 2016.

50 % sont âgés de plus de 70 ans



© Amélie Blondiaux

Malgré un rajeunissement de la clientèle relevé par certains opérateurs interrogés², cette dernière reste très majoritairement âgée. Les plus de 60 ans rassemblent plus de 85 % de la clientèle ; **les plus de 70 ans un passager sur deux. Les clients viennent principalement entre amis pour découvrir la France et ses sites renommés.** Cependant, le développement des croisières vélo laisse présager un rajeunissement des clientèles dans les années à venir.

Par ailleurs, la croisière à bord de péniches hôtels étant un produit haut de gamme voire de luxe, les clientèles ciblées sont aisées, voire très aisées.

Le caractère attractif du produit génère chaque année une proportion importante (60 %) de nouveaux consommateurs, et la France s'affirme comme pays de prédilection pour ce genre de navigation. L'offre en péniches classiques est peu développée dans d'autres pays ; en revanche, celle des péniches vélos l'est aux Pays-Bas, en Allemagne et en Belgique principalement. ●

2. Liste des personnes interrogées dans la partie « Entretiens ».

En moyenne 161 € dépensés par passager au cours de la croisière

La dépense totale à terre, tous postes de consommation confondus, est estimée à 2,40 millions d'euros TTC, soit **161 € TTC par passager et par croisière**. Si l'on tient compte de la durée moyenne de présence sur les territoires (6 jours de croisières en moyenne) la dépense moyenne par jour de présence peut être estimée à environ 24 € TTC. **Ces dépenses peuvent sembler faibles mais s'expliquent par le fait que les clients achètent une prestation « tout inclus »** dans laquelle

hébergement, restauration, boissons et excursions sont compris. Ainsi, au cours de leur séjour, ils n'ont rien à payer en sus, tout a déjà été réglé au préalable lors de la réservation de la croisière.

Le premier poste de dépense est l'achat de produits (dans les commerces, sur les marchés ou chez les producteurs) qui représente plus de la moitié (56 %) de la dépense totale à terre durant la navigation. Viennent ensuite les consommations dans les cafés, puis dans les restaurants locaux.

Au total, **les dépenses des clientèles des péniches hôtels sont estimées à près de 76 millions d'euros TTC**, soit 68 millions d'euros HT. L'essentiel de ces dépenses (près de 80 %) est effectué auprès des opérateurs de péniches hôtels : 60 millions d'euros.

16 millions d'euros sont dépensés dans le tissu économique national (bassin et hors bassin), principalement au cours des pré et post séjours (13,5 millions d'euros soit 85 %) réalisés par respectivement 78,8 % et 71,7 % des clients. ●



© Alexandra LEBON

Un marché fragile

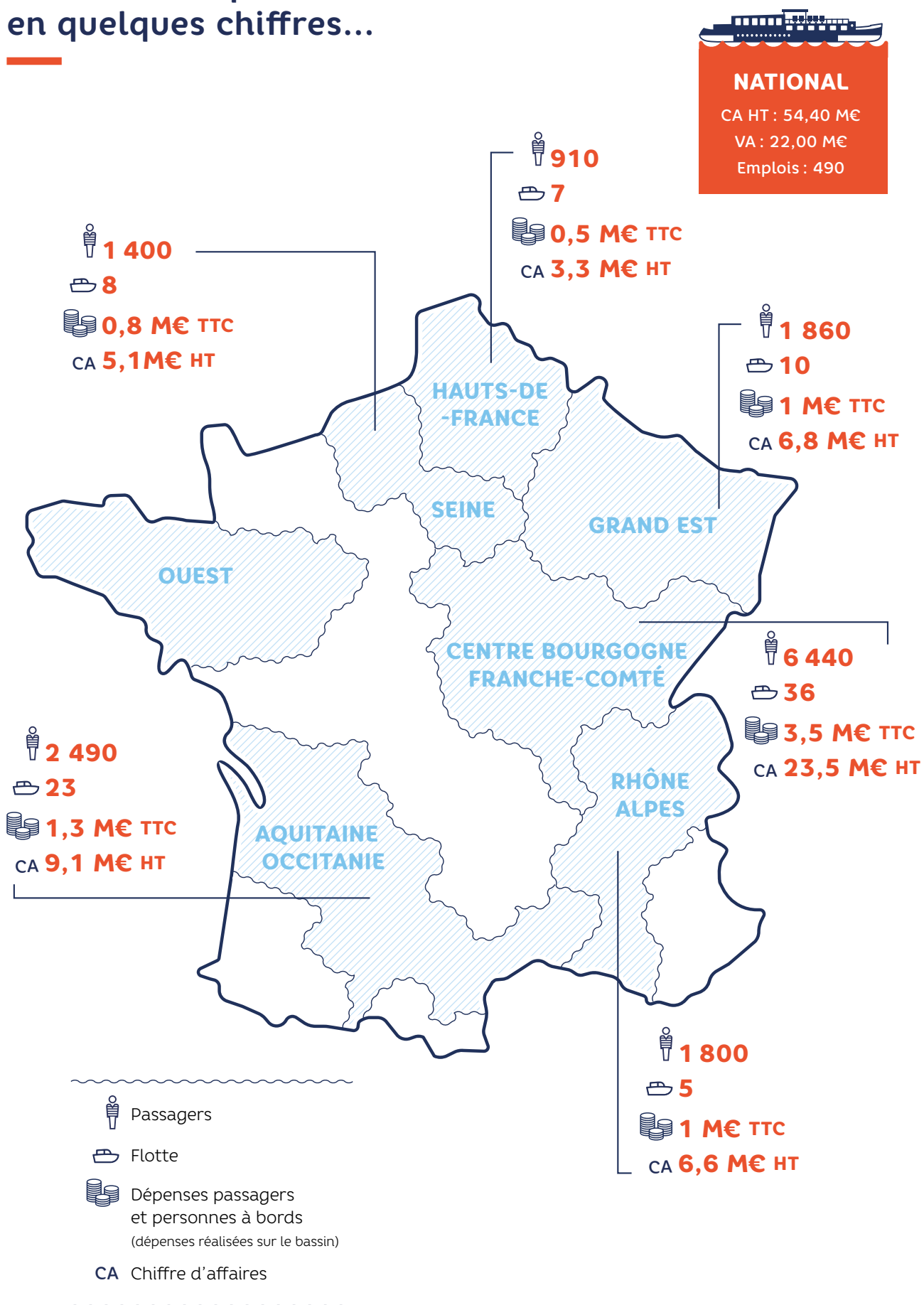
Malgré la diversification engagée par les opérateurs, **la clientèle reste très majoritairement étrangère, et surtout américaine**. Cette forte dépendance à un marché s'avère être une faiblesse, les vingt dernières années l'ont montré : le marché des péniches hôtels a connu des hauts et des bas directement liés à la conjoncture économique et politique. Les attentats de 2001 aux États-Unis, de 2015 en France ou encore la crise financière de 2008 ont à chaque fois durement frappé le secteur. ●

Un produit de niche, certes, mais des opérateurs en demande de plus d'encadrement

Avec 15 000 passagers transportés, **la croisière à bord de péniches hôtels peut être qualifiée de produit de niche**. Les produits développés par les opérateurs s'adressent à des segments de clientèles très précis et l'offre relève bien **souvent du sur-mesure**. Il n'en reste pas moins que les exploitants de péniches hôtels sont en demande de plus d'encadrement de cette filière très éparpillée, qui compte un nombre important d'opéra-

teurs, et qu'aucun label, aucun classement ne vient structurer, contrairement à l'hôtellerie par exemple. **Ce sont les opérateurs ou les grossistes qui attribuent des niveaux de prestations** (allant de 3 à 6 étoiles généralement), mais ces gammes restent subjectives et ne répondent pas à des critères établis pour l'ensemble de la profession. Selon les opérateurs, ces nuances ne sont pas assez claires ni visibles pour les clients. ●

La filière des péniches hôtels en quelques chiffres...







01



LA FILIÈRE
péniches hôtels



LA FILIÈRE PÉNICHES HÔTELS



Définition d'une péniche hôtel



89
BATEAUX

Une péniche hôtel est un bateau à passagers qui propose des croisières avec hébergement d'une semaine en général au cours desquelles navigation et excursions sont alternées. Ces bateaux ont des longueurs majoritairement comprises entre 30 et 38 mètres (mais pouvant aller jusqu'à 80 mètres) et naviguent princi-

palement sur le réseau à petit gabarit dans des bassins où l'offre touristique à proximité de la voie d'eau est riche et renommée. Ces unités accueillent en général entre six et une dizaine de passagers et offrent des prestations personnalisées. ●



© Damien Lachas

Champ de l'étude

Ont été prises en compte les péniches répondant aux critères suivants :

- disposant d'une capacité d'accueil de maximum 50 passagers...
- ...et d'une longueur inférieure à 80 mètres ;
- un séjour à destination de clientèles touristiques. Les péniches offrant des croisières pour des publics scolaires ont donc été exclues du champ de l'étude ;
- les péniches qui naviguent. En effet, il existe des péniches qui proposent des formules d'hébergement à quai ; celles-ci n'ont pas été prises en compte. En revanche, les péniches proposant des formules mixtes sont comprises dans le champ de l'étude. ●

Le périmètre géographique

L'étude porte sur la filière des péniches hôtels en France métropolitaine. Dans un souci de cohérence et d'uniformisation des résultats pour chaque filière, 7 bassins de navigation identiques pour chaque filière ont été définis¹ :

- Hauts-de-France ;
- Seine ;
- Grand Est ;
- Centre Bourgogne-Franche-Comté ;
- Rhône-Alpes ;
- Aquitaine Occitanie ;
- Ouest.

En 2014, pour la filière péniches hôtels, seuls 5 bassins étaient présentés. Les bassins Centre et Est, Nord et Île-de-

France étaient rassemblés. Le bassin Ouest était présent (une péniche y était recensée) ; il ne l'est plus dans cette étude. En effet, la filière n'est plus présente sur ce bassin, la seule péniche qui s'y trouvait ayant arrêté son activité début 2018, donc avant la saison observée.

Ces 7 bassins tiennent également compte, pour certains, du nouveau périmètre de certaines régions administratives françaises.

L'affectation des péniches hôtels aux bassins a été réalisée sur la base des données fournies par l'Observatoire national du tourisme fluvial (ONTF) à partir de l'information sur le port d'attache/la ville de départ des péniches. ●

1. L'ordre des bassins ici retenu correspond à la logique habituelle des nomenclatures de nature régionale, partant du nord puis dans le sens horaire. Cet ordre sera retenu pour l'édition des résultats par bassin.



1 030

**LA CAPACITÉ
D'ACCUEIL TOTALE
DES PÉNICHES
HÔTELS**



14,5
**PASSAGERS
PAR PLACE**

Le produit et son fonctionnement

LES DIFFÉRENTS TYPES D'OPÉRATEURS

La grande majorité des opérateurs de péniches hôtels sont des propriétaires indépendants qui exploitent une unité. **Seules 7 sociétés exploitent 2 péniches et plus. Belmond Afloat in France dispose de la flotte la plus importante, s'élevant à 7 péniches.**

Les quatre sociétés exploitant 5 péniches et plus détiennent presque 27 % de la flotte totale (24 péniches sur 89) pour une capacité d'accueil de 308 places, soit presque 30 % de la capacité d'accueil totale des péniches.

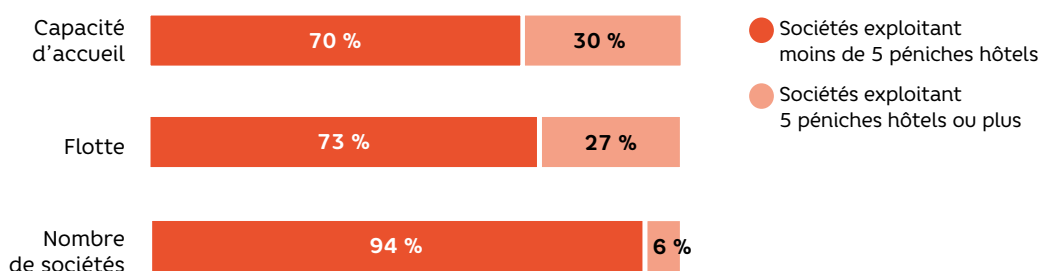
Cependant, en termes de fonctionnement, on constate une relative homogénéité des sociétés, peu importe le nombre de péniches exploitées.

Les Britanniques et Américains sont très nombreux parmi les exploitants de péniches hôtels. Les canaux d'Angleterre, d'Écosse et d'Irlande sont d'ailleurs également le support d'une navigation de péniches hôtels, bien que l'offre y soit largement moins développée qu'en France. Les clientèles ciblées sont

par conséquent majoritairement anglo-saxonnes, avec une forte présence d'Américains, d'Australiens, de Britanniques, de Néo-Zélandais.

Faisant figure d'exception sur ce marché, la société alsacienne CroisiEurope, historiquement positionnée sur le segment des paquebots fluviaux, se tourne depuis 2012 vers les croisières à bord de péniches hôtels et possède désormais une flotte de 6 unités. ●

RÉPARTITION DE L'OFFRE EN PÉNICHES HÔTELS PAR TYPE D'OPÉRATEUR



BELMOND AFLOAT IN FRANCE

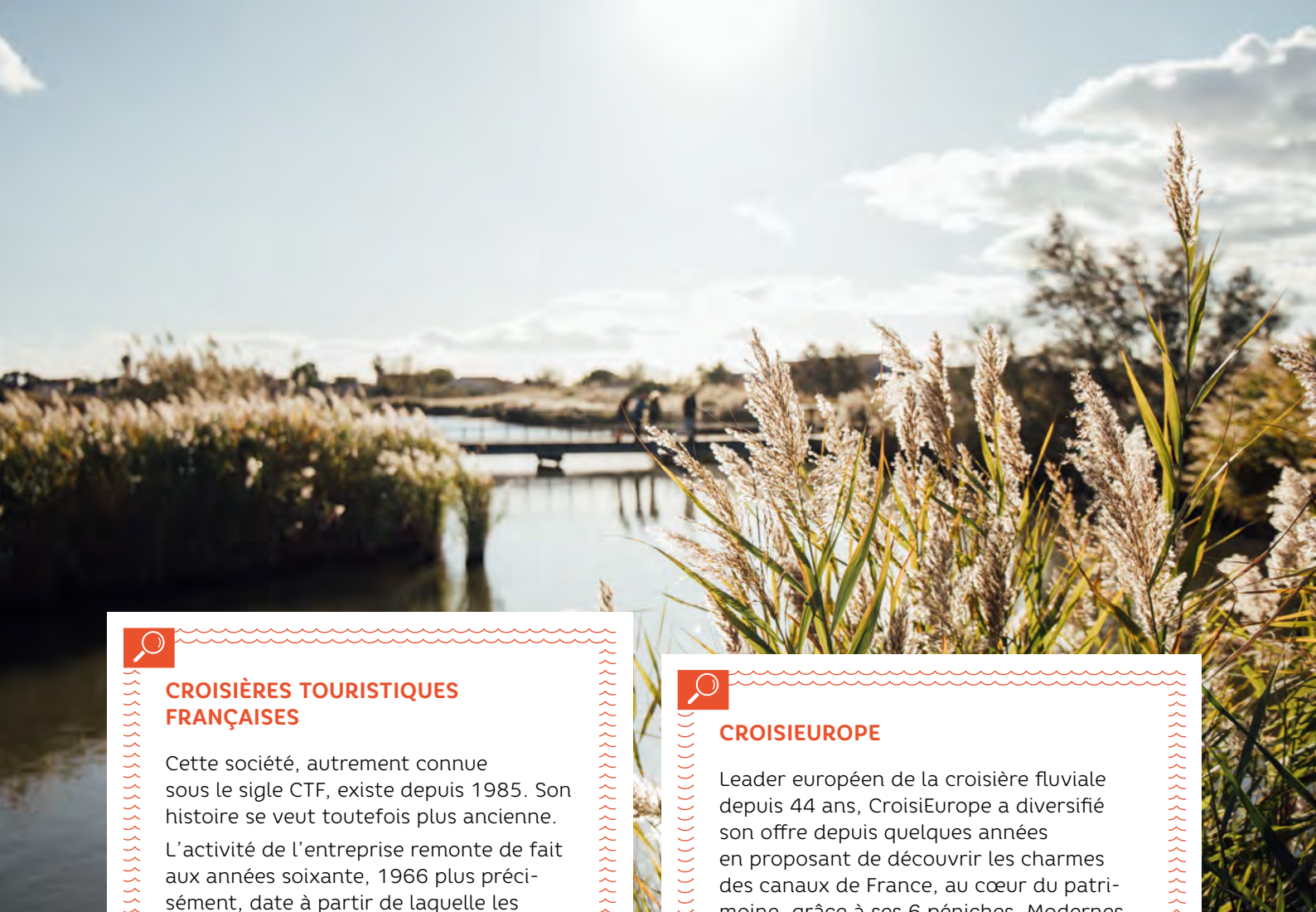
Ce groupe, ex-croisières Orex, propriétaire de 7 bateaux, entre dans la collection Belmond (qui a rejoint le groupe LVMH en avril 2019), forte d'une cinquantaine d'hôtels internationaux, de trains et de croisières fluviales.

Son histoire commence en 1985 par la construction des deux premières péniches hôtels, Alouette et Hirondelle, à Auxerre par La Fluviale Auxerroise/Afloat in France, et se poursuit en 2004 avec, avec l'acquisition de 5 barges par Orient-Express Hotels, devenu Belmond en 2014. Sur les 38 mètres de chacune de ces péniches, jusqu'à 12 passagers peuvent être accueillis lors de croisières traversant des villes comme

Dijon, Besançon, Carcassonne, Arles, Nancy et Strasbourg.

En 2019, la société dispose de 7 bateaux en France, dont 4 sur le bassin Rhône-Saône. Les deux dernières péniches, Pivoine et Lilas, ont été acquises en 2017. Elles naviguent sur les canaux et rivières d'Alsace (canal de la Marne au Rhin) et de Champagne (Marne et canal latéral à la Marne), pour des croisières de 6 nuits, avec des visites privées de vignobles, de brasseries familiales et de châteaux.

Les tarifs proposés ont pour base 5 200 € par personne pour une croisière fluviale de 6 nuits, tout inclus, sur la base de 8 personnes. La société pratique beaucoup le système de privatisation totale de la péniche.



© Hellolaroux



CROISIÈRES TOURISTIQUES FRANÇAISES

Cette société, autrement connue sous le sigle CTF, existe depuis 1985. Son histoire se veut toutefois plus ancienne.

L'activité de l'entreprise remonte de fait aux années soixante, 1966 plus précisément, date à partir de laquelle les anciennes cabines à hamacs n'ont cessé d'évoluer jusqu'aux actuelles péniches hôtels de luxe. Une réussite durable qui ne fut pas sans soubresauts.

Dépendante à 99 % de la clientèle outre-Atlantique, CTF dispose d'une flotte composée de 5 péniches : Adrienne, la plus récente (2005), navigue sur la Saône, comme Esprit. Horizon 2 glisse, elle, sur le Loiret quand Nénuphar permet la découverte de la Champagne, et Princesse celle de l'Alsace-Lorraine.

Fortes d'une capacité d'accueil de 8 à 12 personnes, naviguant d'avril à novembre lors de séjours d'une semaine proposant visites quotidiennes et restaurants étoilés, les péniches hôtels de CTF ont transporté plus de 1 000 personnes en 2018 (1 058 précisément). La clientèle est formée très majoritairement de quinquagénaires et plus, gourmands, avides de calme, de volupté et d'une exigence certaine.

L'entreprise emploie une dizaine de salariés permanents, et son chiffre d'affaires est passé de 2 à 3 millions d'euros entre 2015 et 2018.



CROISIEUROPE

Leader européen de la croisière fluviale depuis 44 ans, CroisiEurope a diversifié son offre depuis quelques années en proposant de découvrir les charmes des canaux de France, au cœur du patrimoine, grâce à ses 6 péniches. Modernes, confortables et fonctionnelles, elles peuvent accueillir 22 passagers dans des conditions optimales grâce à leurs 11 cabines et à leurs ponts soleil équipés de transats et de jacuzzi.

Elles offrent des itinéraires originaux et bucoliques à la découverte des terroirs français.

« Naviguer sur ces canaux de notre pays, c'est choisir de partir à la rencontre de notre « Douce France », tranquille, encore authentique et riche en émotions. C'est également choisir la sérénité des sentiers piétonniers, des chemins de halage (à parcourir à pied ou à vélo à disposition à bord) et d'une nature encore préservée. Au rythme paisible de la navigation, les paysages et les villages typiques s'offriront à votre regard. Les escales sélectionnées vous réservent de belles surprises en excursions... Sans oublier la table raffinée et le service efficace et discret qui en font une croisière haut de gamme et intimiste. Voilà une nouvelle manière très agréable de voyager différemment afin de se ressourcer pleinement », indique Axel Araszkievicz de CroisiEurope.



EUROPEAN WATERWAYS

Précoce maître de yacht, un temps navigateur avisé, puis à la tête d'une activité « de croiseur sans permis sur le canal du Nivernais », Derek Banks reste avant tout le fondateur d'European Waterways.

Avec l'aide d'un de ses amis, John Wood-Dow, Derek Banks achetait en 1982 « Anjodi », une coque hollandaise pur jus de 1929.

Aux commandes de cette péniche anciennement versée dans le transport du grain aux Pays-Bas, les compères rejoignaient le sud de la France depuis l'Ijsselmeer et le Rhin en Allemagne, soit un voyage transeuropéen de trois mois, à travers pas moins de cinq pays.

Au sortir de cette riche expérience, Banks se lance dans la rénovation complète de la barge. Une transformation minutieuse de deux ans élevant « Anjodi » au rang de « première péniche hôtelière de luxe sur le canal du Midi ». Le jugement de Derek Banks est argumenté. Il évoque notamment le recours à des bois durs, à du laiton poli et à une voûte « gracieuse ».

Dans son sillage, d'autres achats successifs et de nouvelles constructions constituent la flotte d'European Waterways, une gamme de 16 péniches hôtelières de luxe, naviguant désormais sur l'ensemble des voies navigables d'Europe.

La société, aujourd'hui basée à Londres, avec une antenne à Ravières (Yonne), exploite en France 6 péniches dont elle est propriétaire,

tout en y commercialisant d'autres unités : en effet, European Waterways est à la fois opérateur (exploitant des péniches qu'elle possède) et tour-opérateur commercialisant des séjours à bord de péniches ne lui appartenant pas. Chaque bateau peut recevoir de 8 à 12 passagers.

En 2016, quelque 2 500 passagers avaient ainsi été accueillis en France durant les 25 semaines d'exploitation. Des visiteurs étrangers à 90 %, âgés entre 50 et 70 ans. Le prix de la croisière oscille lui de 3 000 à 5 000 euros par personne.

La partie marketing, conservée en Angleterre, dispose d'un budget annuel d'environ 350 000 livres sterling HT (environ 400 000 €), soit environ 5 % de son chiffre d'affaires.

Par ailleurs, European Waterways emploie 25 à 30 personnes en France en équivalent temps plein (saisonniers navigants durant la période d'exploitation touristique, personnel administratif à l'année au siège de Ravières et personnel d'entretien pendant la période d'hivernage : peintres, chaudronniers, électriciens notamment) et consacre chaque année une enveloppe d'investissements (en entretien, rénovation, reconditionnement des péniches) correspondant en moyenne à 10 % des ventes (CA) pour chaque péniche hôtel. En 2018, 374 000 livres sterling ont ainsi été dépensées au titre des investissements liés aux 6 péniches dont elle est propriétaire en France.

LES ITINÉRAIRES ET LA DURÉE DE LA CROISIÈRE

Les croisières sont établies pour une semaine en aller simple. Les voies d'eau naviguées par les péniches hôtels sont généralement les canaux : plus **intimistes** que les voies d'eau à grand gabarit, ils correspondent mieux au produit vendu par les opérateurs qui se veut **calme** et **confidentiel**.

Chaque jour, une excursion est proposée aux clients : visite de sites patrimoniaux, découverte et dégustation de la gastronomie et des vins, visite d'ateliers d'artisans d'art, etc. Les repas sont généralement pris à bord, cependant, de plus en plus de péniches proposent au moins un repas pris

dans un restaurant gastronomique au cours de la croisière.

Les péniches hôtels classiques mettent l'authenticité au cœur de la découverte des territoires traversés, privilégiant le contact humain (rencontre avec les propriétaires de châteaux, achat de produits frais sur les marchés avec le chef cuisinier, dégustation de vins, pour citer quelques exemples issus de l'étude des programmes de croisières).

Ainsi, les croisières commercialisées sont généralement très haut de gamme, équivalant à du 4 voire 5 étoiles dans l'hôtellerie. Toutefois, avec l'arrivée de Croisi-Europe qui a lancé une gamme de

péniches dont la capacité d'accueil est plus importante (22 à 24 passagers), le produit tend à se démocratiser et une gamme 4 étoiles se développe.

Au cours de leur navigation, les opérateurs utilisent les équipements d'accueil de la croisière sur le réseau navigable : haltes fluviales (gratuites ou payantes, avec ou sans services), ports de plaisance avec services, quais, appontements spécifiques quand c'est possible...

Le transport de la péniche hôtel au lieu d'excursion est souvent assuré par minibus car les capacités d'accueil des péniches sont réduites. ●



LA FRANCE, LEADER MONDIAL DU MARCHÉ DES PÉNICHES HÔTELS

Peu connue du grand public, la croisière en péniche hôtel, produit lancé dans les années 1960 par Guy Bardet et Richard Parsons (Continental de Croisières, entreprise aujourd'hui disparue), s'est développée considérablement depuis 60 ans. "Inventé" par Continental de Croisières, ce concept à l'image du chef potelé de leur logo courant après un escargot, proposait la **découverte lente du terroir** (une péniche sur les canaux au cœur de chaque vignoble en France) et donnait accès à **l'art de vivre français** décliné dans chaque région. L'hébergement proposé (8 à 10 cabines) était d'un confort sommaire, le salon étroit mais convivial, la cuisine était faite par un chef, la cave était importante. Au bar, les boissons étaient gratuites et à volonté, les menus établis selon le marché ; on débouchait 2 bouteilles de vin millésimé et on découpait un fromage du cru chaque soir. Le transport était à la carte, à pied ou à vélo le long des chemins de halage, ou par minibus, pour des rencontres avec des gens du pays dans les fermes ou dans les caves¹.

Ce produit s'adresse essentiellement à une clientèle anglo-saxonne, plus particulièrement américaine, qui est séduite par le dépaysement dans le confort, avec des prestations haut de gamme permettant un accès privilégié et intimiste à la culture française. L'expérience de ce type de voyage en péniche, au cœur de la Bourgogne ou de l'Alsace, a été relatée régulièrement par des journalistes britanniques ou américains ; une voyageuse californienne s'en est inspirée pour écrire un roman. La croisière en péniche répondait bien aux attentes d'une clientèle d'initiés, renseignés par un agent de voyages spécialiste, auxquels on offrait le privilège **d'une aventure touristique confidentielle**. La filière a été très impactée par les événements de septembre 2001 aux États-Unis et a dû par conséquent revoir sa stratégie commerciale pour diversifier une clientèle essentiellement nord-américaine jusqu'à cette date.

1. Des péniches hôtels aux paquebots fluviaux, revue Espaces, septembre 2010, interview de Jean-Marie Quériaud par Jean-Michel Grelet.



© Hellolaraux

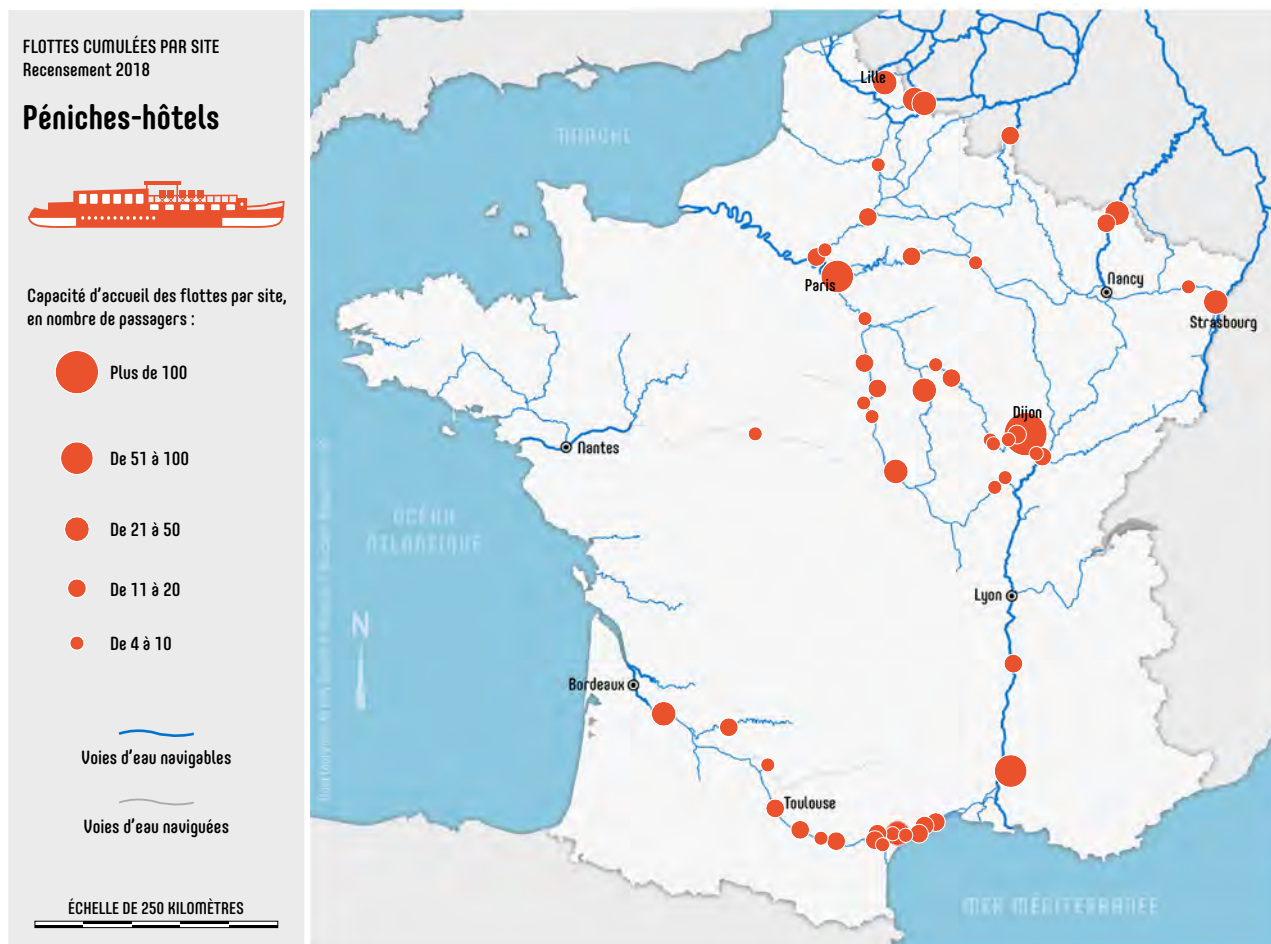
Une haute
saison scindée
en deux périodes :
la première d'avril
à juin, la seconde
de septembre
à octobre.

LA SAISON

La saison s'étend de début avril à fin octobre, mais le nombre de semaines d'exploitation oscille entre 15 et 25 selon les compagnies et les bassins de navigation. Le bassin Aquitaine Occitanie est le bassin le plus fréquenté avec environ 25 semaines d'exploitation selon les opérateurs.

Particularité de cette filière, **la haute saison est scindée en deux périodes** : la première d'avril à juin, la seconde de septembre à octobre. Cela tient notamment à la typologie de la clientèle qui privilégie des saisons au climat plus tempéré. ●

La flotte



UNE OFFRE RÉPARTIE SUR L'ENSEMBLE DU RÉSEAU, MAIS DEUX ZONES PHARES SUR LE MIDI ET LA BOURGOGNE

En 2018, on recense **68 opérateurs de péniches hôtels**¹ pour une flotte totale de 89 unités et une capacité d'accueil de 1 030 passagers. Les caractéristiques de la flotte sont les suivantes :

1. Avec la réserve que certains opérateurs indépendants fiscalement peuvent être rattachés à des groupes internationaux.

CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE DES PÉNICHES HÔTELS EN FRANCE EN 2018

Nombre de sociétés	68
Nombre de péniches hôtels	89
Nombre de péniches exploitées par société	1,31
Capacité d'accueil totale	1 030
Capacité d'accueil moyenne par péniche	11,57

Peu de sociétés exploitent une flotte de plusieurs unités.

Quatre compagnies détiennent 5 péniches hôtels ou plus, représentant **un quart de la flotte** :

- Belmond Afloat in France (ex. Croisières Orex) : 7 péniches
- CroisiEurope : 6 péniches
- European Waterways : 6 péniches en propriété et exploitation directe
- Croisières Touristiques Françaises : 5 péniches

Leur organisation diffère légèrement des autres compagnies. Certaines disposent d'un service commercial en interne tandis

que les petites sociétés n'en ont souvent pas. **Le fonctionnement de la filière est relativement homogène.**

Quatre opérateurs (VP Croisières, Enchanté SAS, SARL Rendez-vous Croisières, SARL Croisières Fluviales de Bourgogne²) **exploitent 2 péniches.**

European Waterways possède également des péniches à l'étranger : sur les 8 péniches hôtels dont elle est propriétaire³, 6 naviguent en France ; VP Croisières propose également des croisières en Italie.

L'offre est ainsi peu concentrée, puisque près de 70 % des opéra-

teurs ne possèdent qu'une unité.

Ces péniches hôtels sont souvent d'anciennes péniches de commerce transformées au cas par cas pour pouvoir accueillir des passagers. La société CroisiEurope fait quant à elle construire ses péniches.

La flotte se répartit sur l'ensemble du territoire national hormis l'ouest.

Sur les quinze dernières années, l'offre en péniches hôtels s'est développée en France. En 2006⁴, on recensait 64 péniches hôtels, soit une augmentation du nombre d'unités de 39 %. ●

2. Entretien Leigh Wootton.

3. European Waterways est propriétaire de 8 péniches qu'elle exploite en direct, mais également co-propiétaire d'autres bateaux, et elle commercialise également des séjours à bord de péniches dont elle n'est pas propriétaire car European Waterways est également tour-opérateur (source : entretien avec la compagnie).

4. Act Ouest : Diagnostic, préparation et animation d'un atelier « marketing tourisme fluvial » portant sur le marché des péniches hôtels, 2006. Le champ de l'étude filière VNF de 2014 n'était pas le même, rendant la comparaison et les données d'évolution peu pertinentes.

LE BASSIN CENTRE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ, BERCEAU HISTORIQUE DE LA FILIÈRE

En 2018, la flotte se répartit comme suit sur le territoire hexagonal :

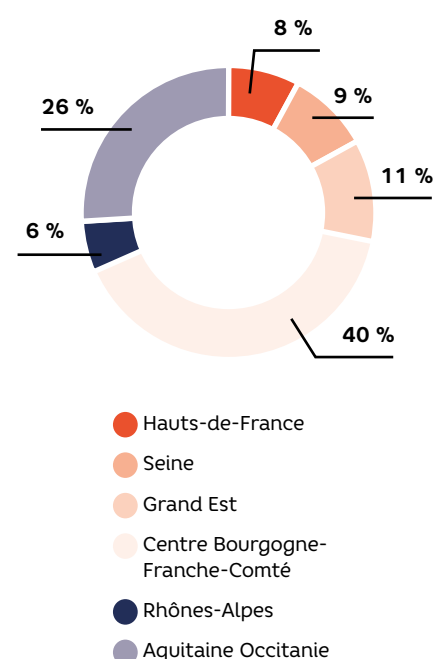
RÉPARTITION DE LA FLOTTE DE PÉNICHES HÔTELS PAR BASSIN EN 2018

Bassin	Opérateurs		Flotte		Capacité d'accueil	
	Nombre	%	Nombre	%	Total	%
Hauts-de-France	7	10,3 %	7	7,9 %	127	12,3 %
Seine	8	11,8 %	8	9 %	104	10,1 %
Grand Est	9	13,2 %	10	11,2 %	137	13,3 %
Centre Bourgogne-Franche-Comté	27	39,7 %	36	40,4 %	353	34,3 %
Rhône-Alpes	4	5,9 %	5	5,6 %	95	9,2 %
Aquitaine Occitanie	23	33,8 %	23	25,8 %	214	20,8 %
Ouest	-	-	-	-	-	-
TOTAL	Sans objet*	-	89	100 %	1 030	100 %

*Certains opérateurs sont implantés dans plusieurs bassins, voire plusieurs fois dans un même bassin.

Lecture : 10,3 % des opérateurs exploitent au moins une péniche hôtel dans les Hauts-de-France.

LA FLOTTE DE PÉNICHES HÔTELS EN 2018 : RÉPARTITION PAR BASSIN



Avec 59 unités, les bassins Centre Bourgogne-Franche-Comté et Aquitaine Occitanie concentrent 66 % de l'offre, confirmant leur statut de leaders de cette filière.

Le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté, avec 36 unités recensées, est le berceau historique de la filière au niveau national. Il regroupe ainsi 40 % de l'offre hexagonale. Les explications à cette réussite sont multiples et diverses. On citera un réseau composé de multiples canaux aux charmes complémentaires – chacun possédant sa spécificité –, un bassin renommé qui dispose d'atouts uniques en termes de patrimoine culturel, gastronomique et bien évidemment d'un point de vue œnologique. Les régions Bourgogne-Franche-Comté et Centre-Val de Loire disposent d'arguments pour répondre aux attentes d'une clientèle étrangère à la recherche d'authenticité et de symboles culturels marqués.

Le bassin Aquitaine Occitanie se situe en seconde position avec **23 péniches hôtels**, dont la **grande majorité sont exploitées par des indépendants**. La majeure partie des circuits sont développés sur le canal du Midi, en particulier entre Carcassonne et Béziers. Cette portion du canal du Midi recèle de nombreux atouts patrimoniaux tels que la cité de Carcassonne, le hameau du Somail ou encore l'échelle d'écluses de Fonseranes, pour n'en citer que quelques-uns. Le classement du canal au patrimoine mondial de l'UNESCO lui donne une visibilité touristique forte.

Aucune péniche hôtel ne navigue sur le bassin Ouest. Sur le Cher, on recense 1 péniche hôtel, le Nymphaea, qui a été rattachée¹ au bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté, ce bassin incluant la région Centre-Val de la Loire. ●

1. Pour rappel, le rattachement des péniches aux bassins de navigation a été effectué sur la base du port d'attache/de la ville de départ tels que déclarés à l'ONTF.

DES DISPARITÉS SELON LES BASSINS

Les caractéristiques de la flotte par bassin sont les suivantes :

Ce tableau met en évidence **une capacité d'accueil par péniche moins importante sur les bassins Aquitaine Occitanie et Centre Bourgogne-Franche-Comté**, ce qui traduit un produit plus haut de gamme sur ces destinations : en effet, plus la capacité d'accueil des péniches est faible, plus le niveau de prestations est élevé². À l'inverse, la capacité d'accueil par péniche est plus importante sur les bassins Rhône-Alpes et Hauts-de-France. Ceci s'explique par la présence de péniches positionnées sur la croisière vélo qui représentent 57 % de la flotte sur le bassin Hauts-de-France et 40 % sur le bassin Rhône-Alpes. Généralement, ces péniches offrent une capacité d'accueil plus élevée (voir le détail ci-après). ●

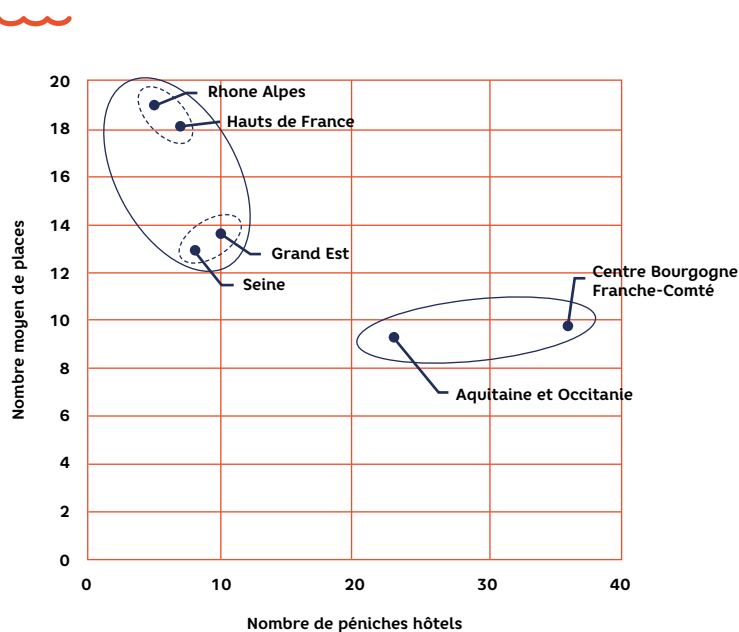
CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE DES PÉNICHES HÔTELS PAR BASSIN EN 2018



	Hauts-de-France	Seine	Grand Est	Centre Bourgogne-Franche-Comté	Rhône-Alpes	Aquitaine Occitanie
Nombre de péniches hôtels	7	8	10	36	5	23
Capacité d'accueil totale	127	104	137	353	95	214
Capacité d'accueil moyenne par péniche	18,1	13	13,7	9,8	19	9,3

2. Voir le chapitre sur la commercialisation.

CARACTÉRISTIQUES DES BASSINS EN TERMES D'OFFRE



© Hellolaroux

LE DÉVELOPPEMENT D'UNE NOUVELLE OFFRE : DES PÉNICHES HÔTELS POSITIONNÉES SUR LA CROISIÈRE VÉLO

Les séjours alliant navigation à bord de péniches hôtels et découverte du territoire à vélo se développent depuis quelques années. **On recense 13 péniches³ en France positionnées exclusivement ou quasi-exclusivement sur ce type de produit** pour une capacité d'accueil de 280 places. Quatre de ces péniches naviguent sur le bassin Hauts-de-France et 3 sur le bassin Grand Est.

Avec une capacité d'accueil moyenne de 21,5 passagers par péniche, les péniches hôtels positionnées sur le marché de la croisière vélo sont plus grandes en termes de capacité d'accueil que les autres péniches.

Le confort y est également plus sommaire et le nombre de membres de personnel par passager moins élevé.

Chaque jour, les clients partent à vélo à la découverte du territoire. Différents niveaux de difficulté et différentes distances à parcourir sont proposés.

En termes de commercialisation, les péniches vélo suivent le même modèle que les péniches hôtels traditionnelles : les séjours à leur bord sont commercialisés par des tour-opérateurs spécialisés dans les séjours vélo, ou plus largement dans les séjours « actifs » (vélo, randonnée). On peut citer les Néerlandais Cycletours, Boat

Bike Tours et Dutch Barge Cruises ou encore le Britannique Belle France (spécialisé sur les séjours en France exclusivement). Sur ce marché, les principales autres destinations sont la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne, ainsi que l'axe Danube. À titre indicatif, Boat Bike Tours commercialise une cinquantaine de péniches, Dutch Barge Cruises également. **Chez Boat Bike Tours, pour la saison 2020, 8 circuits sont proposés en France contre 17 en Allemagne et 26 aux Pays-Bas.**

L'offre évolue beaucoup d'une saison sur l'autre, les péniches pouvant facilement être repositionnées au gré de la demande. ●

3. L'une d'elles, sur le bassin Aquitaine Occitanie, n'a pas navigué en 2018. Elle est cependant comptabilisée dans la flotte car ayant acquis une vignette.

Le ressenti des acteurs¹

UN BESOIN D'INVESTISSEMENT EN SERVICES

Les propos des professionnels sont parfois rudes quant au niveau des services observés. Sans verser dans la critique systématique, les opérateurs regrettent un manque d'investissement global et un manque de concertation avec le gestionnaire de la voie d'eau dans la mise en place de certaines mesures. C'est le cas notamment de l'automatisation des écluses qui a conduit à la suppression du personnel éclusier, mesure regrettée par les opérateurs de péniches hôtels pour qui **le contact avec les éclusiers fait partie de la magie du produit et de l'authenticité vendue au client**, sans compter le charme des maisons éclusières. De plus, la réaffectation de ce personnel a pour conséquence que, lorsque les usagers rencontrent un problème à une écluse, le personnel (itinérant) met plus de temps à intervenir.

Les opérateurs sont en attente d'un meilleur entretien de la voie d'eau ainsi que de plus de services aux escales (voir ci-contre). Tous jugent l'entretien du réseau navigable comme essentiel, et à ce titre le situent « moins bien [en France] que dans d'autres pays ». ●

1. Source : entretiens avec les professionnels de la filière dont la liste est détaillée en annexe.



ESCALES : LES BESOINS EN AMÉNAGEMENTS

Les opérateurs sont en attente des services suivants aux escales : équipements d'amarrage, une borne à eau², un raccordement électrique³ (permettant d'éviter de faire tourner les groupes électrogènes pour le confort de la clientèle, et ainsi de diminuer l'impact environnemental des moteurs thermiques qui rejettent du CO₂ dans l'atmosphère et sont source de pollution sonore), le ramassage des déchets ménagers et un raccordement possible au tout-à-l'égout.

Pour répondre aux aspirations de leur clientèle, les opérateurs évitent les escales à couple.

Les investissements pour ces équipements sont relativement abordables. Le prix d'une borne à eau incluant un terminal de rechargement des cartes monétiques se situe dans une fourchette de 15 000 à 20 000 € HT, auxquels s'ajoutent les coûts de raccordement de la conduite eau potable⁴. Le coût d'un poste de vidange des eaux usées se situe entre 15 000 et 20 000 € HT (coffre de raccordement sans équipement d'aspiration, raccord symétrique, siphon, clapet anti-retour, capot à clé). Le coût du branchement sur tout-à-l'égout se situe entre 15 000 et 20 000 € (fouilles, piquage et regard de branchement sur égout proche du poste de vidange, réfection des revêtements de sol)⁵. À ces coûts s'ajoutent ceux des canalisations enterrées⁶. La mise en place de bollards se chiffre à quelques milliers d'euros. Enfin, le coût d'un poste de collecte de déchets se situe dans une fourchette de 5 à 30 000 € selon que le poste soit aérien (bacs) ou enterré et intégré au niveau paysager dans le site.

Tous ces coûts peuvent beaucoup varier selon la distance des réseaux eau et électricité, l'aménagement paysager qui peut y être associé etc.

2. Un débit de 4 à 6 m³/heure convient, les péniches font généralement des escales d'une demi-journée au moins.

3. Une puissance de 63 ampères en triphasé convient à la grande majorité des opérateurs.

4. Estimés entre 80 et 100 € le mètre linéaire (tranchées et canalisations PEHD).

5. Ces éléments de prix comprennent les divers et maîtrise d'œuvre, et sont évalués dans l'hypothèse où la profondeur de l'égout public permet un raccordement sans poste de relevage et avec une pente suffisante.

6. Évalués entre 100 et 120 € le mètre linéaire (tranchées et canalisation PVC).



L'EXEMPLE DE SEURRE



© Richard Bosquillon

La commune de Seurre, sur la Saône, est dotée d'un site pouvant accueillir 3 péniches hôtels simultanément. La communauté de communes Rives de Saône a équipé le site avec une borne à eau fonctionnant au moyen de badges, et d'une borne électrique d'une puissance de 125 ampères fonctionnant également par badges, le tout dans le cadre d'un aménagement paysager global du site. Ces services, payants, sont gérés par la communauté de communes. Une centaine d'escaliers de péniches hôtels ont été comptabilisées en 2019⁷.

7. Source : VNF, Étude d'actualisation du schéma de stationnement et de services à terre sur le réseau fluvial à grand gabarit du bassin Rhône-Saône.

UN MARCHÉ PORTEUR MAIS FRAGILE

Les paysages, la gastronomie, le patrimoine, la culture font de la France une des destinations les plus en vogue. Non seulement la France est la destination la plus vendue, mais elle est jugée « facile à vendre » par les opérateurs.

La saison 2019, toute comme la précédente, est jugée satisfaisante par la profession.

Cependant, **la grande dépendance du produit péniche hôtel au marché anglo-saxon**, et particulièrement américain, fait sa fragilité. La filière est très sensible au contexte international, ce qui est manifeste depuis le début des années 2000. Les crises géopolitiques (attentats de 2001 aux États-Unis, de 2015 en France, Brexit), financières (telles qu'en 2007-2008) ou sociales (telles que celle des Gilets jaunes) ont impacté la filière qui a subi une baisse des réservations et la fragilisation des opérateurs menant à une baisse de l'offre. ●

UN BESOIN D'ENCADREMENT

Enfin, certains opérateurs, notamment ceux positionnés sur le segment du luxe, déplorent un manque de lisibilité de la filière et par conséquent la difficulté, pour le client, à se repérer dans le paysage de l'offre. Si la péniche hôtel est globalement un produit haut de gamme, il existe des nuances qui peuvent s'avérer floues pour le client.

Bien qu'étant un produit hôtelier, le produit péniche hôtel ne fait pas l'objet d'un classement comme c'est le cas dans l'hôtellerie. **Ce sont donc les opérateurs eux-mêmes qui attribuent une gamme**, un niveau de confort à leur produit. À titre d'exemple, le Condé Nast Traveler,

magazine sur le voyage de luxe, établit des classements des paquebots maritimes et fluviaux (ce classement est d'ailleurs mis en avant par les compagnies) ; aucun classement de ce type n'est fait pour les péniches hôtels.

Aussi, certains opérateurs seraient favorables à la création d'une liste officielle des péniches hôtels naviguant en France⁸ et à un positionnement clair entre luxe et non luxe, voire un classement semblable à celui appliqué dans l'hôtellerie, afin de gagner en lisibilité et en crédibilité auprès du client. **Cette demande sur le classement de l'offre n'est pas récente puisqu'elle était déjà évoquée en 2006⁹.** ●

8. Consultable sur le site Internet de VNF, par exemple.

9. Date d'une des premières études sur le produit : Act Ouest : Diagnostic, préparation et animation d'un atelier « marketing tourisme fluvial » portant sur le marché des péniches hôtels, 2006.





02



LA
COMMERCIALISATION



LA COMMERCIALISATION



13
NOMBRE
DE PÉNICHES
HÔTELS SUR
LE SEGMENT
DE LA CROISIÈRE
VÉLO

Des gammes différentes de produit pour de grands écarts de tarifs

On observe différentes gammes de produits au sein des croisières en péniche hôtel. Globalement, **on peut retenir que plus la capacité d'accueil est faible, plus le niveau de prestations est élevé**. Sur les péniches à très faible capacité d'accueil (4 passagers, par exemple), on observe 1 membre d'équipage¹ par passager. Ainsi, la proximité est très forte entre les passagers et l'équipage, garantissant un niveau très élevé « d'attention » portée aux clients. Chez European Waterways par exemple, dont les prestations sont positionnées sur le haut de gamme, les

séjours présentés sur le site Internet mentionnent le nombre de membres d'équipage par péniche, faisant ainsi de ce critère un argument de vente.

Les prix observés sur ce type de péniches oscillent entre **3 000 et 8 000 € la semaine par personne**, selon le type de péniche, le bassin de navigation, la période. Beaucoup d'opérateurs pratiquent la chartérisation, c'est-à-dire qu'ils proposent la réservation de la péniche dans son intégralité par un petit groupe. Les faibles capacités d'accueil rendent ce système possible. Ainsi, un petit groupe de 4 ou 6 amis peut réserver une péniche avec équipage, hébergement, restauration et programme d'excursions pour un prix global. **Les tarifs sont dégressifs dans le cas de la chartérisation**.

Sur les péniches de capacité d'accueil plus importante (par exemple chez CroisiEurope où les péniches accueillent 22 à 24 passagers), le ratio de membres d'équipage par passager est évidemment plus faible, et le service moins « exclusif ».

1. 1 pilote, 1 cuisinier, 1 chef de bord, 1 hôtesse généralement. Il arrive que le chef de bord assure également les fonctions d'accompagnateur lors des excursions.



© Marine Vignot



Par conséquent, les tarifs sont moins élevés. Une semaine à bord d'une péniche CroisiEurope débute à 1 500 € pour un client français (le tarif est plus élevé pour les clients internationaux). Ce tarif varie selon le bassin de navigation, la période et le niveau de confort choisi.

Ceci se vérifie également sur le segment des croisières vélo. Les péniches positionnées sur ce type de produit ont des capacités d'accueil de l'ordre de 15 à 25 passagers en moyenne. L'accent est mis sur l'activité vélo plus que sur le niveau de prestations à bord. Ainsi, **les séjours à bord de péniches vélo oscillent entre 1 000 et 1 500 € la semaine par personne.**

Ces prix s'entendent tout inclus. Ils comprennent donc l'hébergement, les repas et boissons pris à bord de la péniche, ainsi que les excursions, les dégustations dans des caves, les repas pris à l'extérieur dans des restaurants gastronomiques lorsque le programme de croisière le prévoit (ce type de prestation est proposé sur les péniches haut de gamme), etc. Les transports sont également compris dans ce forfait : transfert de l'aéroport ou la gare d'arrivée au lieu d'embarquement et vice versa à la fin du séjour, et transports (en minibus généralement vu le nombre réduit de passagers) au cours de la croisière pour se rendre sur les sites de visite. En revanche, les vols sont payés à part par le client.

À titre indicatif, **le coût de revient des achats** pour l'opérateur sur une péniche haut de gamme s'élève à environ **600 € par passager** et se décompose ainsi :

- 160 à 200 € de nourriture par passager par semaine
- 170 € de vins et boissons par passager par semaine
- 100 à 120 € de dépenses en restaurant par passager par semaine
- visites de sites : 60 € à 95 € par passager par semaine
- buanderie, achats, petits consommables, petits cadeaux... : 80 à 100 € par passager par semaine.

À ces coûts par passager s'ajoutent ceux de nourriture pour l'équipage, et parfois ceux d'intervention de prestataires extérieurs (musiciens pour des concerts à bord par exemple).

Pour les croisières vélo, les tarifs de vente incluent généralement les petits-déjeuners et dîners pris à bord ainsi qu'un panier pique-nique pour les midis (étant donné que les tours à vélo se font souvent sur la journée entière), certaines visites de sites, la présence d'un guide vélo, GPS, bouteilles d'eau, carte,... Les boissons à bord sont généralement exclues, ainsi que la location de vélo (simple ou vélo électrique) y compris le casque. Les transferts sur le lieu d'embarquement en début de séjour et à l'aéroport ou la gare en fin de séjour ne sont pas inclus non plus. ●



**25
à 35 %
DE COMMISSION
POUR LES
GROSSISTES**

Les acteurs de la commercialisation du produit

LES GROSSISTES

Les grossistes¹ jouent un rôle prépondérant dans la commercialisation des séjours à bord de péniches hôtels.

Il s'agit d'agences de voyages qui commercialisent des séjours à bord de plusieurs péniches hôtels appartenant souvent à différents opérateurs.

Parmi ces grossistes, on peut citer The Barge Lady, Abercrombie & Kent, France Cruises (un Français installé en Floride), Barges in France, Go Barging (branche de European Waterways responsable de la vente de séjours à bord des péniches exploitées par European Waterways ainsi que d'autres péniches avec lesquelles elle a des accords commerciaux), ou encore French Country Waterways (qui commercialise les séjours à bord des péniches de Croisières Touristiques Françaises). Certains (The Barge Lady, Go Barging par exemple) ne commercialisent que des séjours à bord de péniches hôtels, tandis que d'autres (Abercrombie & Kent par exemple) sont spécialisés sur le voyage de luxe, sur-mesure, pas uniquement à bord de péniches hôtels.

Les opérateurs indépendants (exploitant 1 péniche) ne sont pas les seuls à être commercialisés par les grossistes ; Belmond Afloat in France (qui, pour rappel, exploite 7 péniches hôtels) passe également par ces intermédiaires.

Tous ces grossistes sont présents sur Internet mais n'offrent généralement pas aux clients la possibilité de réserver en ligne : ils leur proposent la possibilité de prendre contact avec eux pour leur proposer une offre sur-mesure.

Ainsi, lorsqu'un client s'adresse à un grossiste pour acheter une croisière à bord d'une péniche hôtel, ce dernier peut lui proposer plusieurs offres de péniches exploitées par des sociétés différentes parmi lesquelles le client effectue son choix.

La commercialisation en direct des séjours par les opérateurs de péniches hôtels est rare et représente, au maximum, 50 % des ventes. Certains opérateurs passent intégralement par des grossistes. **Les métiers de l'accueil des clients et de la vente des séjours sont très dissociés dans cette filière.**

Ceci peut s'expliquer par le fait que les opérateurs, exploitant souvent une seule unité, n'ont pas nécessairement le savoir-faire en matière de commercialisation, les moyens financiers, le temps, ni la « force de frappe » (moyens de promotion, fichier clients...) des grossistes dont c'est le métier de vendre des séjours. Les opérateurs de péniches hôtels passant par des grossistes commercialisent ainsi très peu leurs séjours en direct, ayant le sentiment de « voler » les clients des grossistes.

Généralement, **la commission touchée par les grossistes sur les ventes de croisières à bord de péniches est de l'ordre de 25 à 35 %².** Cette commission est invisible pour le client qui paye un prix global dans lequel elle est incluse. Sur cette commission, une partie (de l'ordre de 10 % en général) peut être reversée à un agent de voyage (voir ci-contre). ●

1. Terme employé par la profession.

2. Cette commission est à mettre en rapport avec les dépenses marketing des grossistes (et agents de voyages et, de manière générale, des OTA – online travel agencies, agences de voyages en ligne), en première ligne desquelles les investissements nécessaires pour remonter dans les moteurs de recherche (voir à ce sujet <http://www.quotidiendutourisme.com/i-tourisme/lavenir-des-agences-de-voyages-se-prepare/183520>).

LES AGENTS DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS³

Les grossistes peuvent avoir des partenariats avec des agents de voyages locaux pour la commercialisation des séjours. Ainsi, les clients passant par un intermédiaire peuvent réserver soit par le biais d'un agent de voyage qui s'adresse à un grossiste, soit par le biais du grossiste directement. Le fait de passer par un agent de voyages a un aspect sécurisant pour le client qui se sent mieux couvert en cas de problème en passant par un intermédiaire qu'en réservant par lui-même en direct. Généralement, **le client connaît l'agent de voyages auquel il s'adresse et lui fait confiance.** Rappelons que le marché des péniches hôtels est un marché de niche touchant une clientèle exigeante et en recherche de services exclusifs.

C'est le modèle choisi par CroisiEurope qui a des partenariats avec des agents de voyages et tour-opérateurs pour

commercialiser les séjours à bord de ses péniches sur lesquelles la part des ventes en direct est nettement moins importante que pour les croisières en paquebot. CroisiEurope fonctionne également avec des tour-opérateurs, principalement américains, qui affrètent les péniches et commercialisent les séjours à leur bord.

Les péniches vélo sont commercialisées par des tour-opérateurs spécialisés dans les séjours vélo, ou plus largement dans les séjours « actifs » (vélo, randonnée). On peut citer les Néerlandais Cycletours, Boat Bike Tours et Dutch Barge Cruises ou encore le Britannique Belle France (spécialisé sur les séjours en France exclusivement).

À ce jour, aucun agent de voyages français ne commercialise de séjours à bord de péniches haut de gamme, ce que déplore la profession.



68

OPÉRATEURS

**DONT SEULEMENT
4 COMPAGNIES
DÉTIENNENT
5 BATEAUX
OU PLUS**

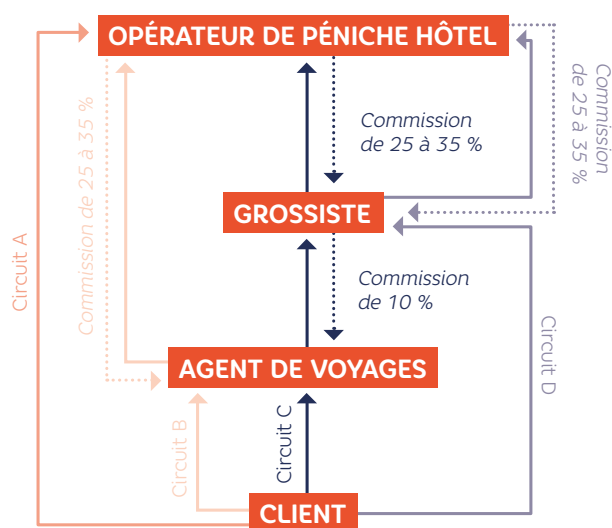
3. Un agent de voyages est un distributeur, un intermédiaire entre le client et un prestataire touristique (compagnie aérienne, hébergeur...), qui se rémunère par le biais d'une commission sur la vente de la prestation. Un tour-opérateur quant à lui est un « assembleur » qui monte des produits touristiques globaux à partir des prestations proposées par divers acteurs (transport, hébergement, visites...). À l'origine, les tour-opérateurs vendaient leurs produits aux agents de voyages qui les vendaient à leur tour aux clients. Cependant, la frontière entre agent de voyage et tour-opérateur tend à disparaître avec la commercialisation, notamment en ligne, des packages des tour-opérateurs.



© Damien Lachas

Certains agents de voyages sont des journalistes (ou d'anciens journalistes) spécialisés dans le domaine du tourisme qui proposent l'organisation de voyages sur-mesure à de petits groupes¹. On constate également le développement d'agents de voyages à domicile qui concilient expérience, travail d'appoint et se constituent un réseau de clients dont ils se chargent d'organiser les vacances. Les péniches hôtels fonctionnent donc selon le schéma de commercialisation suivant :

SCHÉMA DE COMMERCIALISATION DES PÉNICHES HÔTELS



- Dans le circuit A (le modèle le moins répandu), le client achète sa croisière directement auprès de l'opérateur de péniche hôtel. L'opérateur touche 100 % du prix de vente de la croisière.
- Dans le circuit B, le client passe par un agent de voyages qui lui vend une croisière à bord d'une péniche hôtel avec laquelle il a un partenariat. L'opérateur de péniche hôtel laisse une commission de 25 à 35 % à l'agent de voyages.
- Dans le circuit C, le client s'adresse à un agent de voyages qui s'adresse à son tour à un grossiste avec lequel il travaille. L'opérateur de péniche hôtel laisse une commission de 25 à 35 % au grossiste, qui à son tour laisse une commission de l'ordre de 10 % à l'agent de voyages.
- Dans le circuit D, le client s'adresse à un grossiste qui lui vend une croisière à bord d'une péniche hôtel avec laquelle il a un partenariat. L'opérateur de péniche hôtel laisse une commission de 25 à 35 % au grossiste.

Le prix payé par le client est le même, les commissions sont invisibles pour lui. La suite de la chaîne (agent de voyages, grossiste, opérateur de péniche hôtel) est le résultat de partenariats passés entre ces différents acteurs. ●

1. Voir Ralph Grizzle, ancien journaliste spécialisé sur la croisière qui dorénavant propose ses services de réservation et accompagnement sur des croisières : <https://www.rivercruiseadvisor.com/>

PROMOTION

Pour la promotion, certains opérateurs (généralement ceux qui exploitent plus d'une péniche, mais pas systématiquement) ont leur site Internet, mais bien souvent, **la promotion des péniches est faite sur les sites des grossistes** qui les commercialisent. Les journalistes se font également le relais auprès de clients aisés pour faire connaître le produit. Ainsi, des articles et reportages sur les péniches hôtels peuvent se lire sur Forbes magazine², par exemple. **Sur les sites Internet, l'intérêt de l'itinéraire proposé (visites, découverte du territoire, dégustations...) est autant mis en avant que la qualité des**

prestations à bord. Les circuits présentés mettent l'accent sur quelques points forts de la croisière (quelques visites particulièrement « parlantes » pour le client), mais souvent également le nombre de membres d'équipage à bord, voire une présentation du propriétaire de la péniche, renforçant l'aspect chaleureux et personnalisé de la croisière. En complément, certaines sociétés participent à des salons, notamment l'International Luxury Travel Market à Cannes. Enfin, **le bouche à oreille est un moyen de promotion souvent cité par les opérateurs.** ●

2. <https://www.forbes.com/sites/irenelevine/2018/08/05/6-types-of-travelers-who-will-love-barge-cruises/>

Le montage des circuits

Les circuits sont généralement montés par les opérateurs qui, pour une croisière d'une semaine, programment en moyenne 5 excursions, soit une par jour (le premier jour correspondant au jour d'embarquement et d'accueil des passagers, et le dernier au jour du débarquement). Idéalement, les distances entre la péniche et le lieu de visite ne doivent pas excéder 1 heure de transport.

Les critères de choix des sites de visite reposent sur :

- **l'aspect du site** : le site doit être accessible mais aussi et surtout bien entretenu, son image soignée ;
- **la renommée du site** : ce critère est important, surtout pour une clientèle extra-européenne pour qui des références à de grands événements historiques, des noms de sites, châteaux ou grands crus très connus sont évocatrices ;
- **la possibilité d'un accueil** personnalisé, d'une rencontre avec les propriétaires des lieux, d'une dégustation dans le cas de visites de caves ou de sites de production de

produits locaux ;

- **le contenu** : généralement les visites proposées sont plutôt à caractère culturel, historique, patrimonial ou gastronomique.

Les visites proposées aux clients sont donc évocatrices, chargées de symboles et en dehors des sentiers battus. Elles sont marquées par le sceau de l'authenticité.

Par conséquent, pour un opérateur, **le choix de naviguer sur une voie d'eau plutôt qu'une autre repose en partie sur la densité de l'offre touristique** répondant aux critères énumérés précédemment, mais pas seulement. L'entretien de la voie d'eau elle-même, la possibilité de faire des escales régulières sur des sites accueillants, bien entretenus et équipés en services sont également importants.

L'opérateur organise et monte le circuit proposé à la vente aux clients par les agents de voyages et les grossistes. **Ces derniers peuvent proposer des pré et post séjours en complément de la croisière.** ●



© Alexandra Lebon

Les partenariats

Les péniches hôtels travaillent avec un réseau local d'acteurs intervenant dans le produit fini, notamment des fournisseurs pour les vivres. En général, un gros approvisionnement est réalisé en début de croisière (soit le personnel va faire les courses dans les supermarchés et commerces locaux étant donné qu'il dispose d'un véhicule pour le transport des passa-

gers, soit le supermarché livre les provisions à bord de la péniche), puis un appoint en produits frais (pain, fruits, légumes, viande...) est réalisé tous les 2 jours dans les commerces locaux là où la péniche fait escale. Des partenariats existent également avec les restaurateurs locaux car certains repas sont pris dans des restaurants étoilés. La société Private

Luxury Cruises, avec sa péniche Espérance, développe d'ailleurs de plus en plus les « dine around cruises » : il s'agit de croisières en demi-pension au cours desquelles un repas par jour est pris à terre. Ce type de produit représente désormais 70 % des croisières chez cet opérateur. ●





03



LA CLIENTÈLE

03



LA CLIENTÈLE



© Damien Lachas



■ Les résultats présentés ci-après sont issus de l'enquête par sondage menée auprès des croisiéristes. Cette enquête, l'une des premières du genre, a été réalisée à bord de 17 péniches hôtels présentes sur quatre des six bassins de navigation. Les différents types d'opérateurs sont représentés : les propriétaires indépendants exploitant le plus souvent une seule péniche hôtel (9 péniches, 165 questionnaires) et les sociétés plus importantes en possédant plusieurs : European Waterways (3 péniches, 50 questionnaires) et CroisiEurope (5 péniches, 80 questionnaires)¹. Près de 300 groupes de croisiéristes² ont ainsi répondu à un questionnaire communiqué en fin de croisière par les personnels de bord. Ce questionnaire, plutôt court pour répondre à la demande des opérateurs, a porté principalement sur quatre points :

- Le profil de la clientèle (taille et composition des groupes, structure par âge et pays de provenance) ;
- Les habitudes de fréquentation des péniches hôtels ;
- L'importance de la croisière dans la présence sur le territoire ;
- Les comportements d'achat et de consommation en cours de croisière et lors des éventuels pré et post séjours.

Remarques méthodologiques importantes :

1. Si la taille de l'échantillon global permet de disposer de résultats statistiquement représentatifs à l'échelle nationale, le nombre limité voire l'absence d'observations dans certains bassins ne permet pas la réalisation d'analyses à un niveau plus fin que ce soit pour décrire les profils et comportements des croisiéristes ou pour estimer des ratios de dépenses spécifiques. Aucun résultat par bassin ne sera donc produit.
2. Afin de maximiser la représentativité de l'échantillon, des pondérations ont été appliquées par péniche hôtel participante. Le poids des péniches hôtels exploitées par la société CroisiEurope dont le positionnement a été rappelé en première partie ainsi que celui de certaines péniches proposant une offre ou des niveaux de prix très spécifiques a ainsi été redressé afin de les rendre conformes à leur importance relative dans l'ensemble de la fréquentation (base de référence : données statistiques de l'Observatoire national du tourisme fluvial (ONTF) basées sur les déclarations des entreprises). ●



**PRÈS DE
300
GROUPES DE
CROISIÉRISTES
ONT RÉPONDU
À CETTE ENQUÊTE**

1. Nous tenons ainsi à remercier chaleureusement les exploitants et personnels de bord des péniches qui, par leur participation, ont rendu possible cette enquête. Les structures indépendantes : Enchanté et Finesse, Espérance, Algéria, Le Haricot Noir, Saint-Louis, Johanna, C'est la Vie, Colibri et Wine & Water ; European Waterways : Anjodi, La Belle Époque, Panache et CroisiEurope : Deborah, Janine, Madeleine et Raymonde.

2. Appartiennent à un même "groupe de croisiéristes" les personnes qui partagent les mêmes dépenses durant la croisière. À titre d'exemple, deux couples venus ensemble pour la croisière mais réalisant leurs dépenses de manière séparée constituent deux groupes de croisiéristes, au sens économique du terme.

Le nombre de passagers transportés au plan national et par bassin

Les derniers éléments de fréquentation disponibles auprès de l'Observatoire national du tourisme fluvial (ONTF) font référence à l'année 2018. Ils permettent d'estimer **le nombre total de croisiéristes accueillis en France à environ 15 000 personnes**, soit une moyenne de 167 passagers par péniche, ou encore **14,5 passagers par place**³.

Ce nombre moyen de passagers par place varie sensiblement d'un bassin à l'autre. Il est inférieur à 10 dans les Hauts-de-France, se situe aux alentours de 12 en Aquitaine Occitanie, de 13,5 dans le Grand Est et le bassin Seine et dépasse les 18 en Rhône-Alpes et Centre Bourgogne-Franche-Comté.

Le premier territoire en termes de fréquentation est ainsi **le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté qui accueille 4 croisiéristes sur 10** (6 440 clients). Cette prédominance résulte de la combinaison de deux phénomènes : l'importance de la capacité d'accueil (nous l'avons vu : cette région est celle qui dispose de la flotte la plus importante et du plus grand nombre de places) et une intensité de fréquentation plus élevée que celle observée dans la plupart des autres bassins (plus de 18 passagers par place). Il totalise ainsi 34 % des places et 43 % de la fréquentation.

Le deuxième bassin le plus fréquenté est l'Aquitaine Occitanie avec environ 2 500 croisiéristes (17 %).

Les bassins Grand Est et Rhône-Alpes accueillent ensuite des volumes à peu près équivalents de clients, aux alentours de 1 800 (environ 12 % de la fréquentation nationale chacun). Ce dernier béné-

DONNÉES DE FRÉQUENTATION PAR BASSIN

Bassins	Nb de passagers*	% du nombre de clients	Nb moyen de places par péniche	Nb moyen de passagers par péniche	Nb moyen de passagers par place
Hauts-de-France	910	6,1 %	18,1	130	7,2
Seine	1 400	9,4 %	13	175	13,4
Grand Est	1 860	12,5 %	13,7	186	13,6
Centre Bourgogne-Franche-Comté	6 440	43,2 %	9,8	179	18,2
Rhône-Alpes	1 800	12,1 %	19	359	18,9
Aquitaine Occitanie	2 490	16,7 %	9,3	108	11,6
ENSEMBLE	14 900	100 %	11,5	167	14,5

Estimations EMC à partir des données de l'ONTF

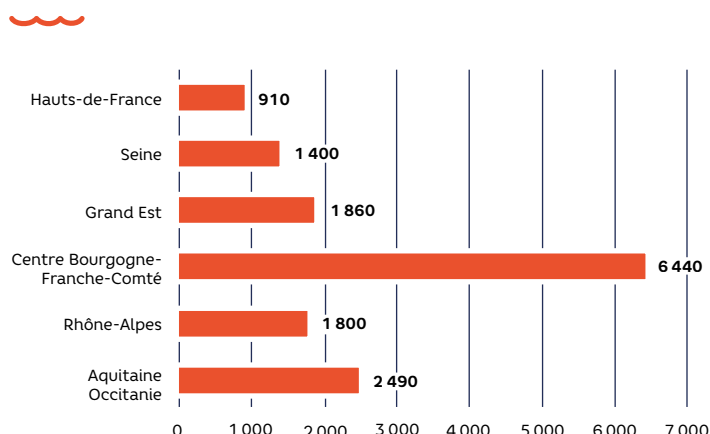
*L'estimation du volume de fréquentation par bassin et à l'échelle nationale a été effectuée à partir des données collectées par l'ONTF auprès des opérateurs. 74 des 89 péniches hôtels ont ainsi communiqué leurs chiffres de fréquentation. L'estimation de la fréquentation des 15 péniches hôtels non renseignées a été effectuée à partir du nombre moyen de passagers par place observé par bassin. Logique de calcul : $N = N_i \cdot \sum C_i \cdot \frac{N_{18}}{C_{18}}$ avec N : nombre total de passagers ; N_i : nombre de passagers des péniches hôtels ayant communiqué leurs chiffres de fréquentation à l'ONTF ; C = capacité d'accueil des bateaux en nombre de places ; i = bateau n'ayant pas communiqué de chiffre à l'ONTF ; b = bassin de navigation du bateau i.

ficie d'un nombre élevé de passagers par place. Alors qu'il représente 9 % de la capacité d'accueil (en nombre de places), il est fréquenté par 12 % des croisiéristes. Les deux autres bassins, les Hauts-de-France et la Seine, reçoivent enfin moins de 1 500 passagers (respectivement 1 400 et 900 passagers). La position de la région Hauts-de-France semble grevée par une intensité de fréquentation plus faible (7,2 passagers par place contre 14,5 en moyenne nationale).

3. La "place" est l'unité de mesure utilisée dans le cadre de l'étude pour rendre compte de la capacité d'accueil des bateaux. Le nombre de places correspond au nombre total de personnes pouvant être accueillies par le bateau compte tenu du nombre et des caractéristiques de ses cabines. À titre d'exemple, une péniche hôtel disposant de six cabines pour deux personnes se voit affectée d'une capacité d'accueil de douze places. Cet indicateur est conditionné par deux paramètres : le nombre de semaines d'exploitation et le taux moyen de remplissage par semaine d'exploitation. Ces paramètres n'ont pu être estimés à partir des données disponibles dans le cadre de l'étude.



NOMBRE DE CROISIÉRISTES PAR BASSIN

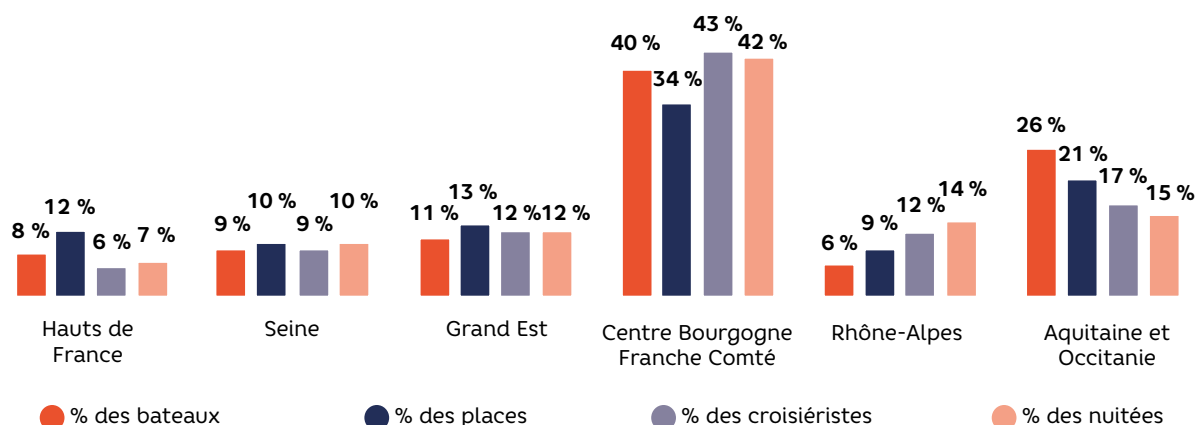


Le nombre de nuitées ainsi générées est estimé à environ 85 000 au niveau national.

Nous observons la même prédominance des bassins Centre Bourgogne-Franche-Comté et dans une moindre mesure Aquitaine Occitanie. Celle-ci est plus limitée qu'en nombre de croisiéristes du fait d'une durée moyenne de croisière plus faible que dans la plupart des autres bassins, notamment Hauts-de-France, Seine et surtout Rhône-Alpes. Ce dernier représente ainsi près de 14 % des nuitées contre 12 % des passagers. ●

Bassins	Nombre moyen de nuitées	Nombre de nuitées	% de nuitées
Hauts-de-France	6,1	5 570	6,5 %
Seine	6,1	8 580	10,1 %
Grand Est	5,3	9 920	11,6 %
Centre Bourgogne-Franche-Comté	5,6	36 160	42,5 %
Rhône-Alpes	6,5	11 720	13,8 %
Aquitaine Occitanie	5,3	13 180	15,5 %
TOTAL	5,7	85 130	100 %

IMPORTANCE RELATIVE DES BASSINS EN TERMES D'OFFRE ET DE FRÉQUENTATION



Les profils de clientèles

LA PROVENANCE DES CROISIÉRISTES : UNE CLIENTÈLE ESSENTIELLEMENT EXTRA-EUROPÉENNE

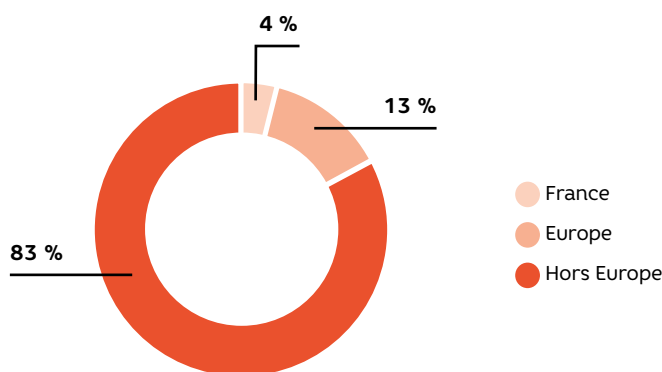
La fréquentation des péniches hôtels est essentiellement étrangère.

La clientèle française ne représente en effet que 4 % de l'ensemble des croisiéristes. Elle est présente chez certains opérateurs comme CroisiEurope ou certains indépendants où elle peut être majoritaire, mais elle reste totalement absente dans la plupart des structures.

L'essentiel de la clientèle provient de pays anglo-saxons extra-européens : principalement les États-Unis (66 %), l'Australie (14 %) et dans une moindre mesure le Canada (3 %) et la Russie sur les péniches hôtels de 4 à 6 personnes.

En provenance d'Europe, ce sont également les Britanniques qui sont les plus nombreux : un passager sur 10. Les autres nationalités (Allemands, Suisses, Belges, Scandinaves) ne repré-

LA PROVENANCE DES CROISIÉRISTES : UNE CLIENTÈLE ESSENTIELLEMENT EXTRA-EUROPÉENNE



sentent qu'une part marginale de la fréquentation (0,2 à 1,4 %).

Historiquement, le produit péniche hôtel a été développé par les Anglo-saxons pour les Anglo-saxons. Les clientèles germaniques sont quant à elles plutôt friandes de croisières en paquebots fluviaux¹.

Il y a quelques années, les Russes représentaient une petite partie des clients, mais ceux-ci semblent avoir disparu. Ceci s'explique par la dévaluation du rouble fin 2014 combinée à une crise géopolitique ayant mené les autorités russes à inciter leurs compatriotes à ne plus voyager à l'étranger². ●

1. Les croisières à bord de paquebots fluviaux sont d'ailleurs nées sur le bassin Rhin-Main-Danube.

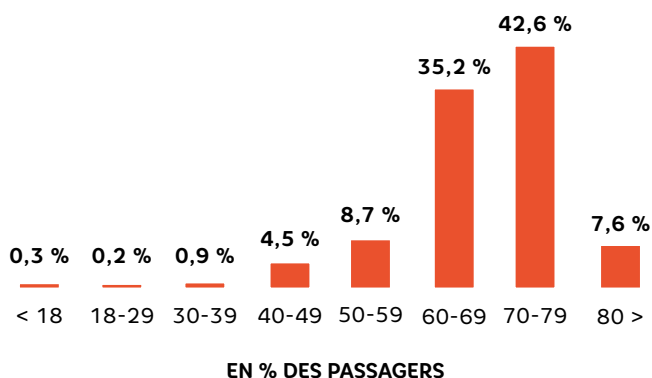
2. Voir à ce sujet : Jean Radvanyi, Le tourisme en Russie : des potentialités à confirmer. Regards de l'Observatoire franco-russe, L'inventaire, 2016.

50 % DE PLUS DE 70 ANS

Malgré un rajeunissement de la clientèle relevé par certains opérateurs, cette dernière reste très majoritairement âgée. **Les plus de 60 ans représentent en effet plus de 85 % de la clientèle ; les plus de 70 ans un passager sur deux³.**

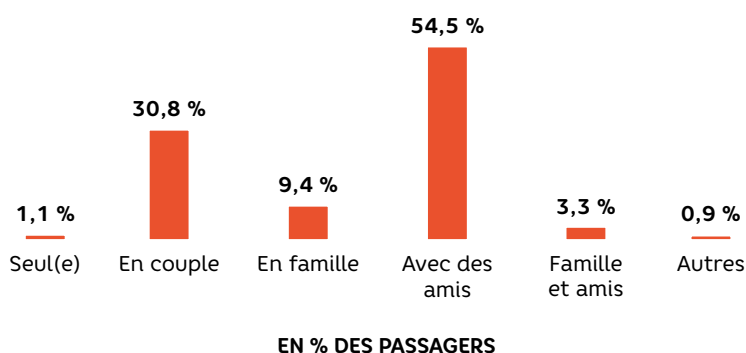
La présence de clients plus jeunes, notamment de moins de 50 ans, semble le fait des croisières réunissant plusieurs générations d'une même famille. Les familles commencent ainsi à faire leur apparition sur certaines péniches, notamment sur les croisières haut de gamme. ●

STRUCTURE PAR ÂGE DE LA CLIENTÈLE

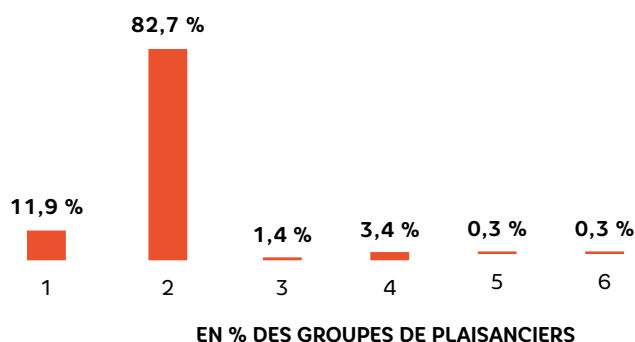


3. À titre indicatif : part des personnes de 65 ans et plus en pourcentage de la population totale par pays en 2018 : Allemagne : 21,5 % ; Belgique 18,8 % ; France : 19,8 % ; États-Unis : 16 % ; Canada : 17 % ; Royaume Uni : 18,3 % ; Italie : 22,7 % ; Japon : 28 % ; Suisse : 18,4 % ; Moyenne Union Européenne : 19,9 % (source : stats.oecd.org).

COMPOSITION DES GROUPES



NOMBRE DE PERSONNES PARTAGEANT LES MÊMES DÉPENSES



LA COMPOSITION DES GROUPES DE PASSAGERS

Les clients viennent principalement **entre amis**. Près de 60 % des passagers déclarent en effet venir seuls, en couple ou en famille mais accompagnés d'amis.

Outre **la volonté de partager la croisière avec des personnes proches**, la politique tarifaire pratiquée par les opérateurs explique probablement l'importance de ce phénomène. **Le système de chartérisation** (réservation de l'ensemble de la péniche pour un prix forfaitaire) permet des prix fortement dégressifs en fonction du nombre de clients. **Les péniches sont ainsi souvent retenues par des groupes d'amis.**

Au sein des groupes, qu'ils soient ou non composés d'amis, on observe une très forte prédominance du couple. Outre la composition déclarée du groupe, un second indicateur disponible dans le cadre de l'enquête permet de l'attester. Interrogés sur le nombre de personnes partageant les mêmes dépenses¹, les croisiéristes ont en effet très majoritairement indiqué deux personnes (83 % des groupes).

La proportion de familles est limitée. Il s'agit essentiellement de groupes exclusivement composés d'adultes (fratries avec ou sans conjoint, parents et enfants adultes...), plus marginalement des grands-parents accompagnés des petits-enfants. Les familles avec jeunes enfants sont quasi-inexistantes dans la clientèle. ●

1. Question importante posée dans le cadre des enquêtes de consommation afin de pouvoir estimer des ratios de dépenses par personne.

UNE CLIENTÈLE AISÉE

La croisière à bord de péniches hôtels étant un produit haut de gamme voire de luxe, les clientèles ciblées sont aisées, voire très aisées. Il n'est pas rare que les péniches accueillent à leur bord des personnalités du monde des affaires ou du cinéma notamment. Cependant, **la diversification du produit** avec l'arrivée sur le marché de péniches moins haut de gamme et/ou orientées sur les croisières vélo pratiquant des prix moins élevés laisse présager une évolution de la clientèle. ●

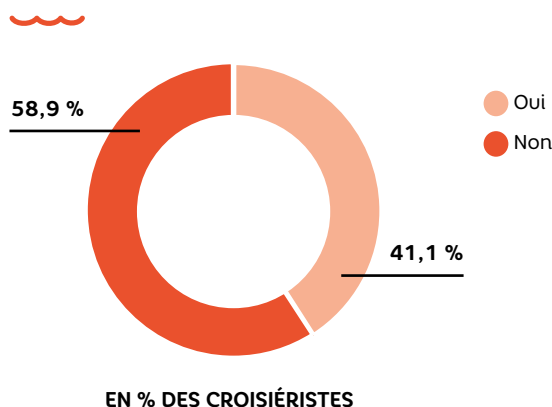


UNE ACTIVITÉ QUI ATTIRE DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS...

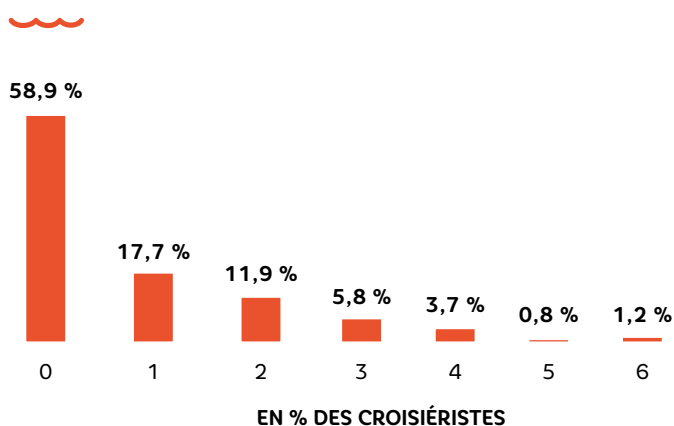
La proportion de passagers effectuant leur première croisière en péniche hôtel avoisine les 60 %. Ce chiffre rend compte d'un double phénomène. En premier lieu la présence d'un socle de clientèle actuelle connaissant le produit et susceptible de renouveler l'expérience lors des saisons prochaines, notamment pour découvrir d'autres bassins de navigation notamment en France. En second lieu, **le caractère attractif du produit qui génère chaque année une proportion importante de nouveaux consommateurs.** Ce résultat laisse ainsi présager l'existence d'importants réservoirs de clientèle potentielle susceptible de découvrir ce produit atypique.

Le nombre d'expériences antérieures des clients ayant déjà effectué des croisières reste toutefois assez limité. 17 % des croisiéristes (soit 43 % de ceux ayant déjà navigué en péniche hôtel) ont effectué une croisière au cours des 5 dernières années; 12 %, deux croisières. La proportion de clients réguliers (3 croisières ou plus) avoisine les 11 %. **Il y a donc peu de « repeaters » sur les péniches hôtels.**

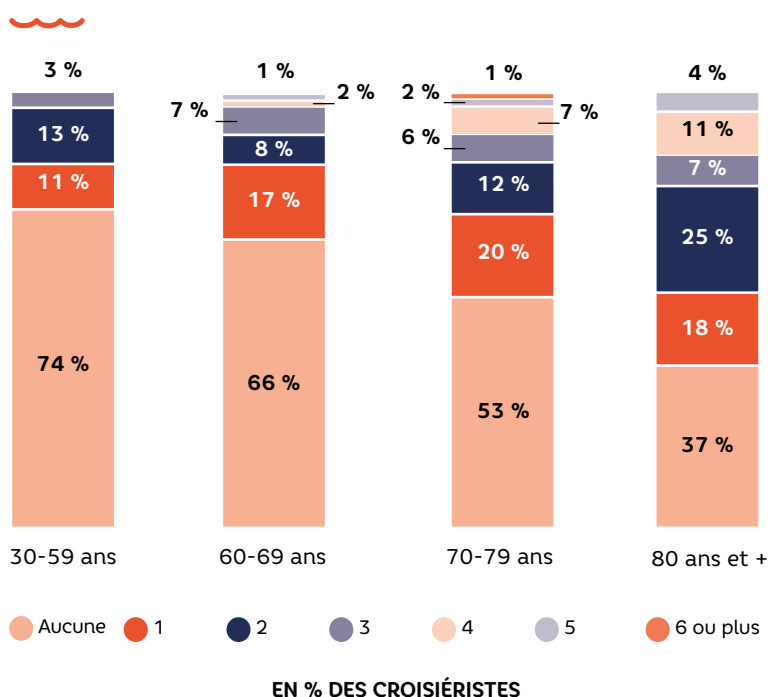
AVIEZ-VOUS DÉJÀ EFFECTUÉ UNE CROISIÈRE EN PÉNICHE HÔTEL ?



NOMBRE DE CROISIÈRES AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES



NOMBRE DE CROISIÈRES AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES EN FONCTION DE L'ÂGE



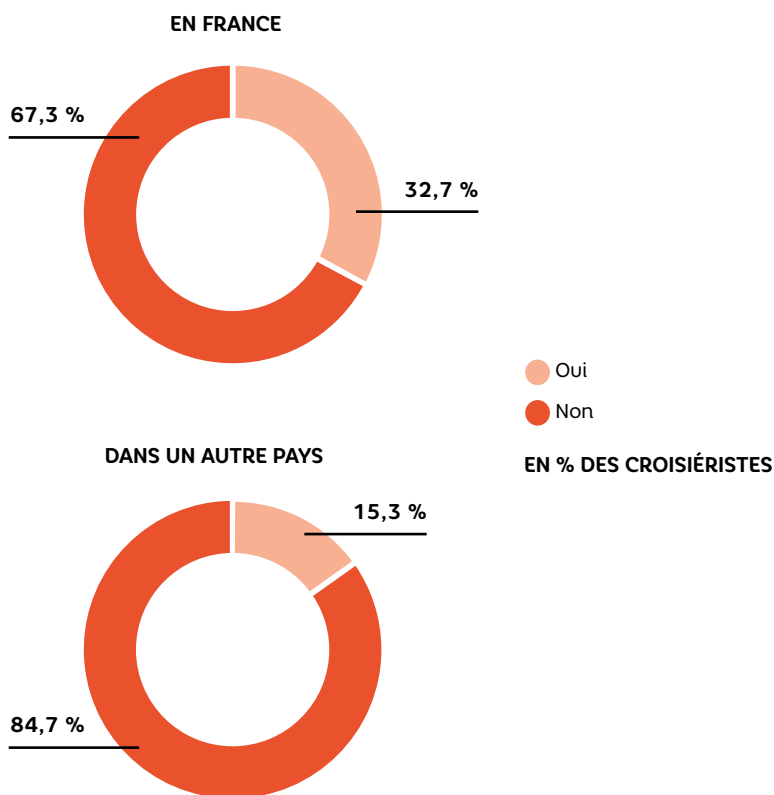
La situation des croisiéristes sur ce point est différente selon l'âge des individus. **La proportion de groupes ayant déjà effectué des croisières en péniche hôtel augmente avec l'âge.** Elle est ainsi de 25 % dans les groupes des croisiéristes de moins de 60 ans puis passe successivement à 34 % dans les groupes des sexagénaires, 47 % dans ceux des septuagénaires pour avoisiner les 70 % dans les groupes dans lesquels se trouvent les personnes de 80 ans et plus. Logiquement la tendance est la même en ce qui concerne le nombre de croisières effectuées.

L'analyse des pays dans lesquels les clientèles ont effectué leurs précédentes croisières confirme **la position de la France comme pays de prédilection pour ce genre de navigation**. Près de **80 %** d'entre eux déclarent en effet avoir opté pour les fleuves et rivières de France, soit deux fois plus que pour les autres pays (37 %). À noter, **16 % des clients ayant déjà séjourné en péniche hôtel l'ont fait à la fois en France et dans d'autres pays**.

Ces résultats sont à mettre en lien avec l'offre, beaucoup plus développée en France que dans les autres pays européens. En outre, ils posent la question du renouvellement des itinéraires en France pour permettre la découverte de nouveaux territoires à des clients qui reviendraient. **Les opérateurs de péniches hôtels**, en particulier ceux qui exploitent une flotte de plusieurs unités, **sont régulièrement à la recherche de nouveaux circuits**, de nouvelles voies d'eau. Le gabarit des péniches hôtels rend leur navigation possible sur une grande partie du réseau¹ et **les péniches sont facilement repositionnables au gré des opportunités**. ●

1. Contrairement aux paquebots fluviaux qui, de par leurs dimensions, ne naviguent que sur le grand gabarit.

AVEZ-VOUS DÉJÀ EFFECTUÉ DES CROISIÈRES ?



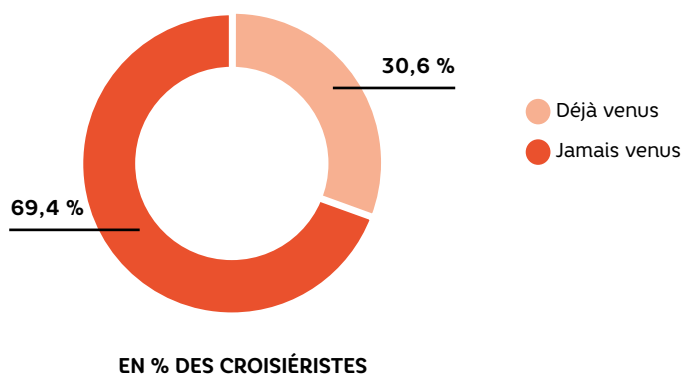
UNE FILIÈRE VECTRICE DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA FRANCE ET DE SES TERRITOIRES

La contribution de l'activité à l'attractivité des territoires est une question importante qui peut être mesurée à l'aide de deux indicateurs.

En premier lieu, la proportion de clients ayant découvert la région de navigation grâce à la croisière en péniche hôtel. Cette proportion est élevée : **7 passagers sur 10 n'étaient ainsi jamais venus sur le territoire** avant d'avoir effectué la croisière. **L'activité constitue donc un vecteur efficace d'attraction de nouvelles clientèles pour les territoires**.

En second lieu, la proportion de croisiéristes qui ne seraient pas venus sur le territoire en l'absence de l'offre de croisière en péniche hôtel. Là aussi cette proportion est très élevée : **93 %**.

PROPORTION DE CROISIÉRISTES DÉJÀ VENUS SUR LE TERRITOIRE AVANT LA CROISIÈRE





Cette question de l'attribution de la présence sur place des visiteurs à la présence d'une offre en péniches hôtels est importante dans l'évaluation des retombées économiques générées par cette activité. Comme nous le verrons ultérieurement dans la partie de l'étude qui lui est consacrée, en toute logique, seules les dépenses faites par les clients qui n'auraient pas effectué de séjour localement hors péniches hôtels peuvent en effet être attribuées à cette activité².

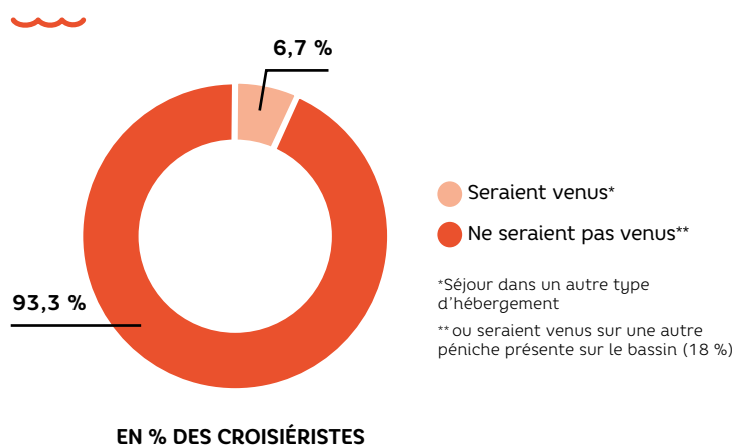
Cela vaut pour les dépenses réalisées en cours de croisière, lors des escales à terre, mais également pour celles occasionnées par les séjours réalisés en marge de la croisière. Ainsi, seules les dépenses réalisées lors de pré et post séjours liés à la croisière fluviale seront prises en compte dans l'évaluation des retombées économiques³.

Le taux moyen d'attribution des dépenses sur les territoires retenu dans le cadre de l'étude est ainsi de 93 %.

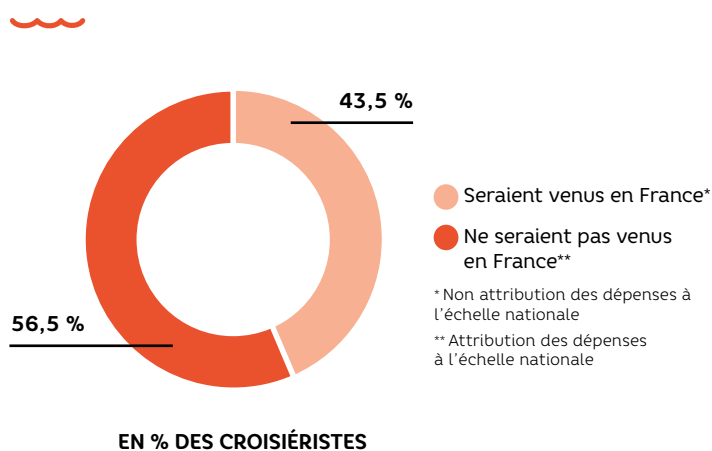
Compte tenu de la forte prédominance des visiteurs étrangers dans la fréquentation et dans la perspective de l'évaluation des retombées économiques de l'activité au plan national, nous avons également cherché à évaluer dans quelle mesure la participation à la croisière avait conditionné la venue en France des clients internationaux.

Ce taux « d'attribution », bien que logiquement plus faible qu'au plan local, reste significatif : 56 %. ●

ATTRIBUTION DE LA PRÉSENCE SUR LE TERRITOIRE À LA CROISIÈRE EN PÉNICHE HÔTEL



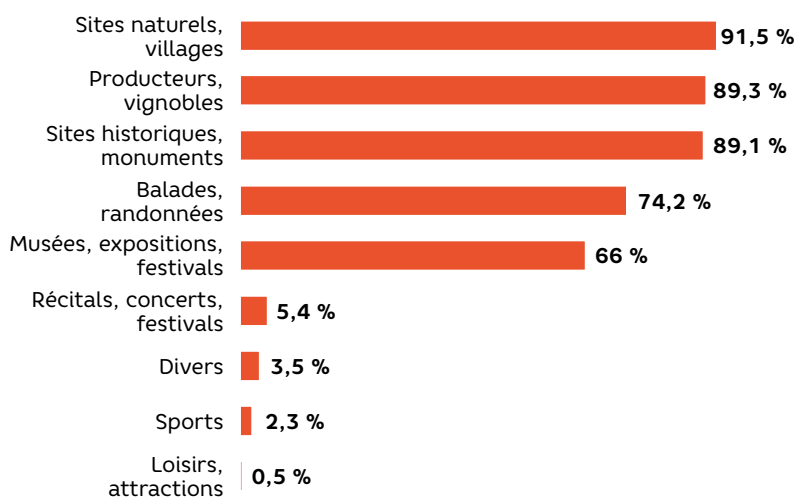
ATTRIBUTION DE LA PRÉSENCE EN FRANCE À LA CROISIÈRE EN PÉNICHE HÔTEL



2. Cf. Méthodologie Direction générale des entreprises (DGE).

3. Voir ci-après dans ce chapitre : "Les pré et post séjours" et chapitre 6 : les retombées économiques générées par les clientèles.

TYPES D'ACTIVITÉS PRATIQUÉES



EN % DES CROISIÉRISTES

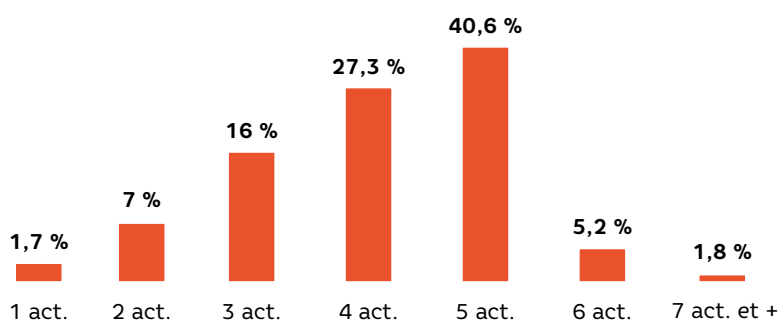
Les comportements à terre

DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES À TERRE NOMBREUSES ET DIVERSES

Le patrimoine culturel et naturel occupe une place prépondérante dans la pratique d'activités au cours des excursions : visites de sites naturels, historiques, villages, monuments... De même, près de 9 personnes sur 10 indiquent avoir réalisé une visite de producteur, vignoble au cours de la croisière. Trois quarts des répondants disent avoir également pratiqué des activités de balade, randonnée. Généralement, une excursion est proposée chaque jour.

48 % des clients ont pratiqué 5 types d'activités et plus au cours de la croisière. Ceci reflète la diversité des programmes de croisières proposés. ●

NOMBRE D'ACTIVITÉS PRATIQUÉES AU COURS DE LA CROISIÈRE*



EN % DES CROISIÉRISTES

*Exemple d'interprétation : 7 % des croisiéristes ont pratiqué, durant l'ensemble de la croisière, deux des huit activités proposées dans le cadre de l'enquête (« visites de sites historiques » et « Visites de musées/expositions » ou « Visites de sites naturels » et « Visites de vignobles et de producteurs », etc.). 16 % en ont pratiqué trois, etc.

Les comportements d'achat et les dépenses à terre des clients au cours de la croisière

LES TAUX DE CONSOMMATION PAR POSTE DE DÉPENSE À TERRE

La quasi-totalité des croisiéristes a effectué des dépenses à terre durant la croisière.

Premier poste de consommation : les achats dans les commerces, sur les marchés ou chez les producteurs.

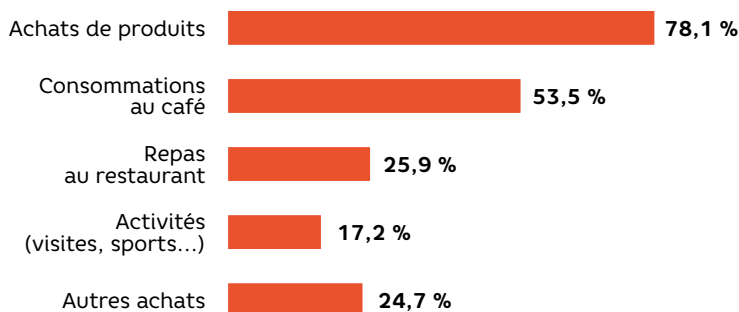
Près de 8 croisiéristes sur 10 ont ainsi effectué des achats pour **une dépense globale moyenne évaluée à 116 € par personne et par croisière** (soit environ 230 € par couple).

Principaux types d'achats effectués par plus de la moitié des croisiéristes : les souvenirs et les cadeaux (57 %), suivis par les produits du terroir au premier rang desquels le vin (54 %). Viennent ensuite les vêtements et accessoires (36 %) et, prisés par un quart des croisiéristes, l'art et l'artisanat local (26 %).

Deuxième poste de dépenses après les achats de produits : les consommations dans les cafés. Plus de la moitié des passagers (54 %) ont effectué des dépenses dans les cafés en dehors de celles éventuellement prises en charge par les opérateurs dans le cadre du all inclusive. **En moyenne, chaque consommateur a ainsi dépensé environ 21 € dans les bars et cafés à terre durant sa croisière.**

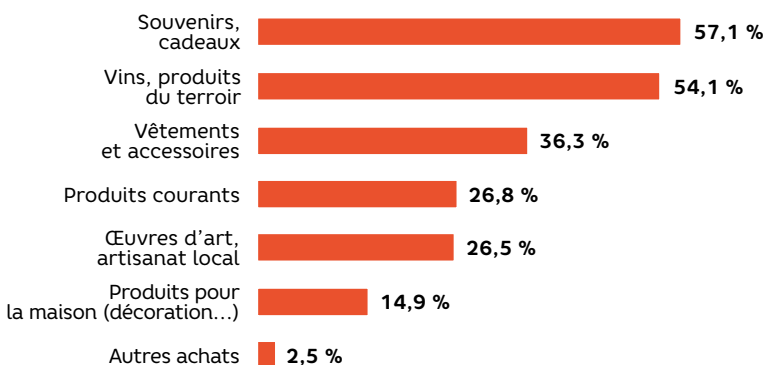
Troisième type de dépenses effectué par un quart de la fréquentation : les repas dans les restaurants locaux. Malgré les forfaits all inclusive qui incluent l'ensemble des repas dont certains à terre, le plus souvent dans des restaurants typiques ou étoilés, **une proportion non négligeable de la clientèle a effectué un ou plusieurs repas à ses frais durant la croisière dans les restaurants locaux.** La dépense moyenne globale par personne est évaluée à 110 €¹.

TAUX DE CONSOMMATION À TERRE



EN % DES CROISIÉRISTES

TYPES DE PRODUITS ACHETÉS AU COURS DE LA CROISIÈRE

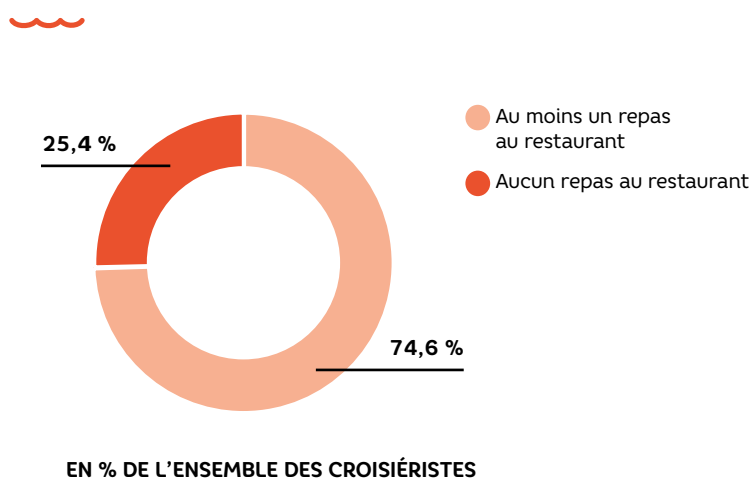


EN % DES CROISIÉRISTES

1. Au total, les trois quarts des passagers sont ainsi allés manger au moins une fois dans les restaurants du territoire au cours de leur croisière, soit dans le cadre du forfait (cas le plus fréquent), soit à leur propre initiative, hors forfait.

Enfin, quatrième poste de dépenses : les activités sportives, culturelles ou récréatives. Comme nous l'avons vu lors de l'analyse des comportements des croisiéristes, certaines activités sont très largement pratiquées. Leur coût est par contre le plus souvent inclus dans le cadre du forfait tout compris. Un croisiériste sur six effectue toutefois des dépenses hors forfait pour acheter des prestations ou s'adonner à des activités complémentaires. Le budget moyen pour ces activités est d'environ 100 € par personne. ●

PROPORTION DE CROISIÉRISTES AYANT PRIS DES REPAS DANS LES RESTAURANTS DU TERRITOIRE (Dans le cadre du forfait ou hors forfait)



TAUX DE CONSOMMATION ET DÉPENSES À TERRE DES CROISIÉRISTES DURANT LA CROISIÈRE

Postes de dépenses	Taux de consommation	Dépense moyenne par consommateur	Dépense moyenne par croisiériste	Dépense totale	Part de la dépense (TTC)
Activités	17,2 %	98,7 €	17,0 €	253 800 €	10,6 %
Achats	78,1 %	116,0 €	90,6 €	1 350 600 €	56,4 %
Restaurants	25,9 %	108,9 €	28,2 €	419 600 €	17,5 %
Cafés	53,5 %	20,9 €	11,2 €	166 400 €	6,9 %
Autres dépenses	24,7 %	56,0 €	13,8 €	206 100 €	8,6 %
TOTAL TTC	-	-	160,80 €	2 395 500 €	100 %
TOTAL HT	-	-	141,40 €	2 107 400 €	-

Lecture (ligne « Activités ») : 17,2 % des croisiéristes ont effectué des dépenses hors forfait pour la pratique d'activités.

La dépense moyenne durant la croisière par passager ayant effectué ce type de dépenses est de 98,70 €. Soit 17 € par croisiériste (ayant ou non effectué des dépenses en activité).

La dépense totale en activité hors forfait est évaluée au niveau national à 253 800 € TTC. Elle représente 10,6 % de l'ensemble des dépenses effectuées à terre hors forfait.

LE MONTANT GLOBAL DES DÉPENSES

Avec le taux de consommation et un montant moyen de dépenses les plus élevés, l'achat de produits constitue le premier poste de dépenses des croisiéristes lors de leur descente à terre. **Le montant global de dépenses est ainsi évalué à 1,35 million d'euros** (tous bassins confondus), soit une moyenne de 91 € par croisiériste (consommateur ou non). Les achats de produits représentent ainsi plus de la moitié (56 %) de la dépense totale des croisiéristes à terre durant la navigation.

Le reste de la dépense se répartit entre les repas réalisés hors forfait dans les restaurants (420 000 € TTC), les activités hors forfait (256 000 € TTC) et les consommations dans les cafés (166 000 € TTC).

La dépense totale à terre, tous postes de consommation confondus, est estimée à 2,40 millions d'euros TTC, soit 2,11 millions d'euros HT.

Un passager de péniche hôtel dépense ainsi en moyenne 161 € TTC (141 € HT) à terre au cours de sa croisière.

Si l'on tient compte de la durée moyenne de présence sur les territoires (6 jours de croisières en moyenne) la dépense moyenne par jour de présence peut être estimée à environ 24 € TTC. ●

Les pré et post séjours

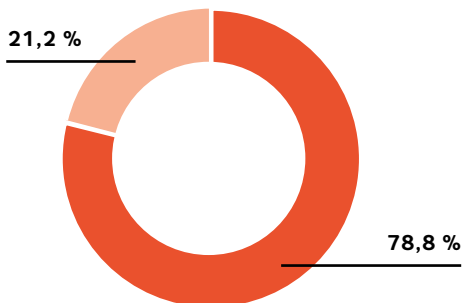
La présence de séjours encadrant la navigation est d'autant plus fréquente dans le cadre d'une activité fluviale que la proportion de clients venant de pays éloignés est forte. Il est en effet difficile voire impossible pour cette clientèle d'enchaîner la venue en France et le démarrage de la croisière. Une nuit au moins est ainsi le plus souvent nécessaire entre l'arrivée en France (le plus souvent en avion) et le transfert vers le lieu de départ de la croisière ; même chose pour le retour.

D'un point de vue économique il est important de prendre en compte la présence de ces pré et post séjours car ils constituent des sources significatives de retombées tant au plan national que pour les territoires. ●



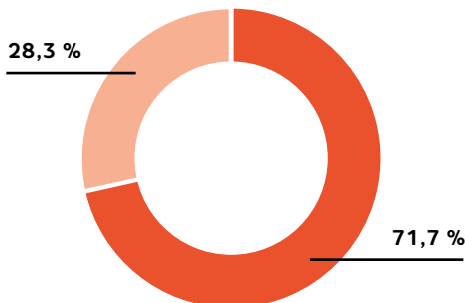
© Laurane Pean

TAUX DE PRÉ SÉJOURS



EN % DES CROISIÉRISTES

TAUX DE POST SÉJOURS



EN % DES CROISIÉRISTES

- Pas de pré ou post séjour
- Pré ou post séjour

TAUX DE PRÉ ET POST SÉJOUR

Globalement, **85 % des passagers font un pré ou un post séjour dans le cadre de leur venue pour la croisière¹**. 79 % effectuent un pré-séjour. 72 % un post séjour. **Près des deux-tiers font à la fois un pré et un post séjour (65 %)**.

Logiquement, la proportion de visiteurs effectuant des pré et post séjours

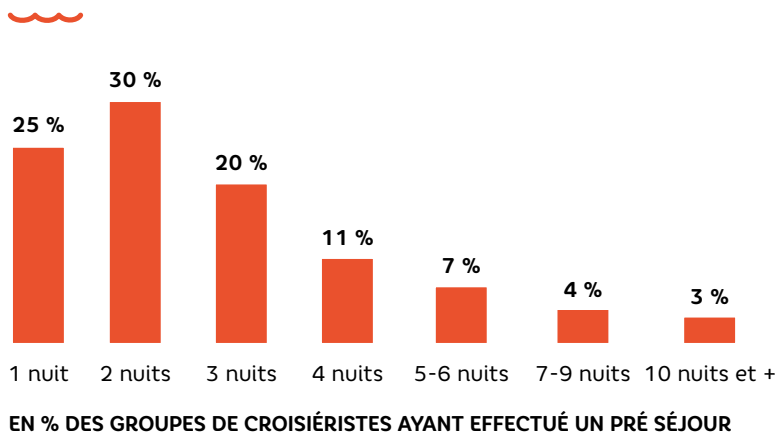
est particulièrement élevée auprès de la clientèle extra-européenne. 87 % réalisent des pré séjours alors que cette proportion se situe aux alentours de 30 % auprès des clientèles françaises et européennes. On observe les mêmes ordres de grandeur dans le cas des post séjours : clientèle extra-européenne : 81 %, clientèle européenne : 29 %. ●



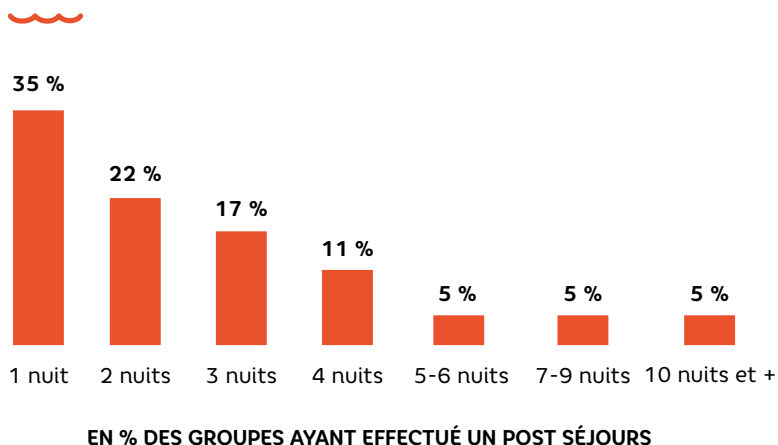
908 €
DÉPENSE MOYENNE
PAR CROISIÉRISTE
(PRÉ ET POST SÉJOUR),
DONT 386 € PROFITENT
AU BASSIN

1. Une minorité des croisiéristes réalisent un pré-séjour à l'étranger (Italie, Espagne...); elle n'est pas comptabilisée ici.

DURÉE DES PRÉ SÉJOURS



DURÉE DES POST SÉJOURS



UNE DOMINANTE DE COURTS SÉJOURS

Les pré séjours sont très majoritairement de courte durée. Un quart ne dure qu'une nuit, la moitié deux à trois nuits.

La part des séjours avoisinant ou dépassant la semaine (5 nuits ou plus) reste toutefois non négligeable : près de 15 % (1 pré-séjour sur 7).

La durée moyenne des pré séjours s'établit ainsi à 3 nuits.

Les post séjours se caractérisent quant à eux par un poids plus important des très courts séjours d'une nuit.

Ils représentent plus du tiers des séjours soit 10 points de plus que dans le cas des pré séjours.

57 % de ces séjours durent ainsi entre 1 et 2 nuits, 30 % entre 3 et 4 nuits.

En revanche, comme pour les pré séjours, une part non négligeable des séjours durent 5 nuits ou plus (15 %).

La durée moyenne des post séjours est ainsi très proche de celle des pré séjours : 2,9 nuits. ●

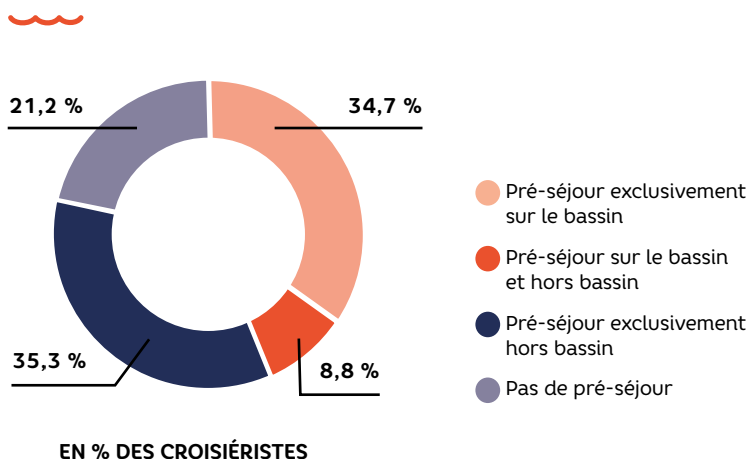
LES LIEUX DE SÉJOUR

La question des lieux où sont effectués les pré ou post séjours est importante dans le cadre de l'évaluation des retombées économiques à l'échelle des bassins.

Ces séjours se partagent en effet entre bassin et hors bassin. Lorsqu'ils sont réalisés hors bassin ils le sont le plus souvent à Paris, principale ville d'arrivée et de départ en France par avion mais aussi destination touristique très attractive pour la clientèle internationale. **La majeure partie des séjours passés à Paris durent d'ailleurs plus d'une nuit.**

Concernant les lieux de séjour nous observons des situations différentes entre les pré et les post séjours. La proportion des séjours passés sur le bassin de navigation est en effet plus élevée dans

LOCALISATION DES PRÉ SÉJOURS



le cas des pré séjours que dans celui des post séjours. Généralement, les clients embarquent sur la péniche en fin d'après-midi. On peut imaginer que les clients, surtout lorsqu'ils viennent de loin, prennent leurs dispositions pour arriver à proximité du lieu d'embarquement en avance, prévoyant une marge au cas où les transports (vol, train) prendraient du retard.

44 % des croisiéristes passent ainsi tout ou partie de leur pré-séjour sur le bassin de navigation, un tiers exclusivement.

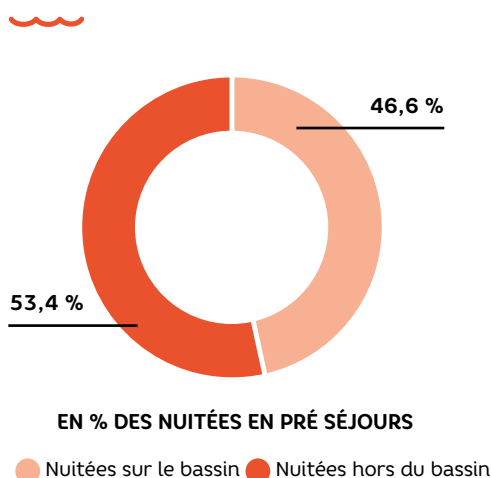
35 % effectuent l'intégralité de leur pré-séjour hors du bassin.

Le nombre total de nuitées générées se partage globalement pour moitié entre bassin (47 %) et hors bassin (53 %).

Les post séjours sont quant à eux plus souvent passés hors bassin.

La moitié des croisiéristes passent en effet l'intégralité de leur post séjour hors bassin (contre 35 % pour les pré séjours). Au total, **près de 70 % des nuitées en post séjours sont ainsi passés hors bassin** contre 53 % pour les pré séjours.

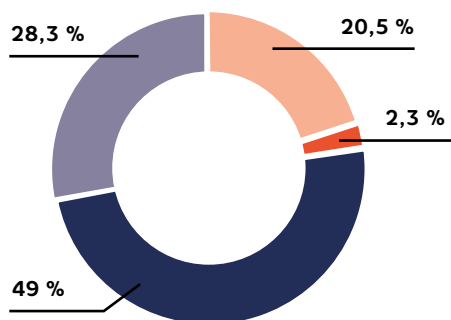
PRÉ-SÉJOUR : RÉPARTITION DES NUITÉES ENTRE BASSIN ET HORS BASSIN



3
NUITS
DURÉE MOYENNE
DES PRÉ SÉJOURS
OU POST SÉJOURS

La durée des séjours passés sur le bassin (partiellement ou en totalité) est légèrement inférieure à celle passée hors bassin et ce tant pour les pré séjours (2,4 nuits contre 3,1 nuits) que pour les post séjours (2,4 contre 3,0 nuits). ●

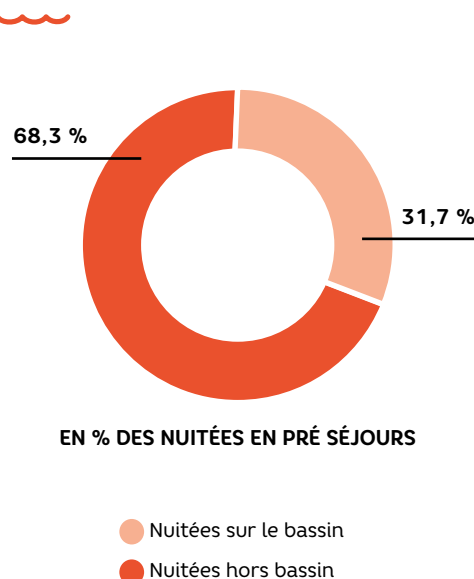
LOCALISATION DES POST SÉJOURS



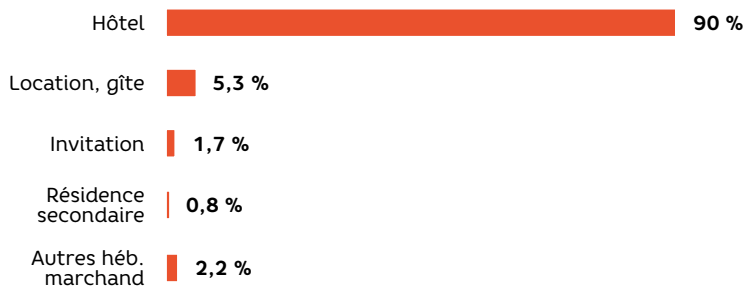
EN % DES CROISIÉRISTES

- Post séjour exclusivement sur le bassin
- Post séjour sur le bassin et hors bassin
- Post séjour exclusivement hors bassin
- Pas de post séjour

POST SÉJOURS : RÉPARTITION DES NUITÉES ENTRE BASSIN ET HORS BASSIN



MODES D'HÉBERGEMENT UTILISÉS LORS DES PRÉ SÉJOURS



EN % DES CROISIÉRISTES AYANT EFFECTUÉ UN PRÉ-SÉJOUR

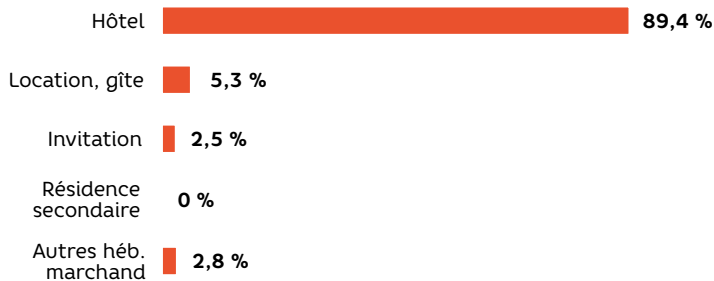
LES MODES D'HÉBERGEMENT UTILISÉS

Le principal mode d'hébergement utilisé dans le cadre des pré et post séjours est l'hôtellerie.

Nous retrouvons cette prédominance tant pour les pré séjours que pour les post séjours, que ces séjours soient effectués sur les bassins ou hors bassin.

Dans les deux formes de séjours, 9 croisiéristes sur 10 utilisent l'hôtellerie, environ 5 % la location de meublés (gîtes, maisons...). **La quasi-totalité des séjours a ainsi lieu en hébergement marchand (97,5 %).** ●

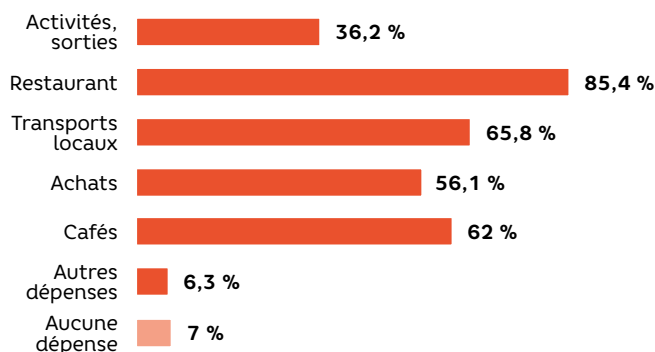
MODES D'HÉBERGEMENT UTILISÉS LORS DES POST SÉJOURS



EN % DES CROISIÉRISTES AYANT EFFECTUÉ UN POST SÉJOUR



LES ACHATS ET CONSOMMATIONS COMPLÉMENTAIRES



LES ACHATS ET CONSOMMATIONS COMPLÉMENTAIRES

93 % des groupes réalisent des dépenses complémentaires durant leur pré ou post séjours, en premier lieu des dépenses en restauration (85 %).

Trois postes de consommation enregistrent ensuite des taux de consommation situés entre 55 et 65 % : les transports sur site (taxis, bus, voitures de location...), les bars et cafés (62 %) et les commerces. Plus de la moitié des croisiéristes effectuant des pré ou post séjours font ainsi des achats dans les commerces.



LES DÉPENSES EN PRÉ ET POST SÉJOUR

■ Afin de satisfaire les demandes des responsables de péniches hôtels soucieux que l'enquête ne soit pas trop rébarbative pour leurs clients, l'une des contraintes ayant conditionné les choix effectués en termes de questionnaire résidait dans la nécessité de proposer un questionnaire plutôt court et peu centré sur les dépenses. Concernant les pré et post séjours, les questions sur les montants dépensés ont ainsi porté sur deux catégories de dépenses : l'hébergement d'une part et les autres dépenses considérées de manière globale de l'autre. En outre, seuls les pré séjours ont fait l'objet d'un questionnaire sur les dépenses hors hébergement car les personnes interrogées ne pouvaient répondre à des questions sur des dépenses non encore effectuées. Nous avons maintenu les questions sur les dépenses en hébergement plus faciles à estimer pour le répondant. Le montant des dépenses hors hébergement lors des post séjours a été estimé à partir des taux de consommation et montants de dépenses moyens observés lors des pré séjours ou à partir des comportements décrits dans le cadre des pré séjours pour les croisiéristes ayant effectué un pré-séjour. ●

DÉPENSE MOYENNES DES CROISIÉRISTES LORS DES PRÉ ET POST SÉJOURS

Pré séjours	Au niveau national		Au niveau des bassins	
	Dépense par consommateur	Dépenses par client	Dépense par consommateur	Dépenses par client
Hébergement	472 €	319 €	313 €	124 €
Autres dépenses	294 €	188 €	181 €	69 €
TOTAL	-	507 €	-	193 €

Post séjours	Au niveau national		Au niveau des bassins	
	Dépense par consommateur	Dépenses par client	Dépense par consommateur	Dépenses par client
Hébergement	421 €	249 €	370 €	83 €
Autres dépenses	274 €	152 €	269 €	57 €
TOTAL	-	401 €	-	193 €



568 €
DE DÉPENSES
EN HÉBERGEMENT
(PRÉ OU POST SÉJOUR),
DONT 207 €
AU NIVEAU BASSIN

MONTANT GLOBAL DES DÉPENSES

Les séjours réalisés en France en marge des croisières génèrent des retombées économiques estimées à 13,5 millions d'euros TTC : 7,5 millions pour les pré séjours (56 %) et 6 millions pour les post séjours (44 %).

Dans les deux cas, 62 % de la dépense sont consacrés à l'hébergement.

Ce volume global de retombées correspond à une dépense moyenne par croisiériste (ayant effectué ou non des pré ou post séjours) d'environ 900 € : 500 € en pré-séjour et 400 € en post séjour.

La dépense moyenne des seules personnes ayant effectué des pré ou des post séjours est quant à elle évaluée à près de 1 200 €.

À l'échelle des bassins, les retombées sont logiquement plus limitées qu'au plan national puisqu'elles excluent les dépenses effectuées lors des séjours passés hors bassin. Les retombées sont évaluées à près de 5 millions d'euros TTC (4,4 millions d'euros HT).

Comme au plan national, la part prépondérante de ces dépenses est liée aux pré séjours : 58 %. La dépense en pré-séjour est ainsi évaluée à 2,9 millions d'euros, celle résultant des post séjours à 2,1 millions d'euros.

Comme au niveau national les frais d'hébergement représentent une part dominante de la dépense : 64 % pour les pré séjours, près de 60 % pour les post séjours.

La dépense moyenne par personne est ainsi évaluée à 674 € par personne ayant effectué un pré et/ou un post séjour soit 333 € par croisiériste si l'on prend en compte les passagers n'ayant pas effectué de pré ou post séjour. ●

DÉPENSES DES CROISIÉRISTES EN PRÉ ET POST SÉJOURS AU NIVEAU NATIONAL

Postes de dépenses	Taux de consommation*	Dépense moyenne par consommateur	Dépense moyenne par croisiériste	Dépense totale	Part de la dépense (TTC)
Pré séjours					
Hébergement	67,6 %	472 €	319 €	4 747 400 €	62,9 %
Autres dépenses	63,9 %	294 €	188 €	2 801 200 €	37,1 %
TOTAL PRÉ SÉJOURS	69,3 %	731 €	507 €	7 548 600 €	100 %
Post séjours					
Hébergement	59,0 %	421 €	249 €	3 702 000 €	62 %
Autres dépenses	55,5 %	274 €	152 €	2 265 600 €	38 %
TOTAL POST SÉJOURS	60,2 %	666 €	401 €	5 967 600 €	100 %
TOTAL PRÉ ET POST SÉJOURS	76,9 %	1180 €	908 €	13 516 200 €	-

*Les taux de consommation retenus tiennent compte des taux d'attribution des séjours à la croisière.

DÉPENSES DES CROISIÉRISTES EN PRÉ ET POST SÉJOURS DANS LES BASSINS DE NAVIGATION

Postes de dépenses	Taux de consommation*	Dépense moyenne par consommateur	Dépense moyenne par croisiériste	Dépense totale	Part de la dépense (TTC)
Pré séjours					
Hébergement	39,8 %	313 €	124 €	1 854 000 €	64,3 %
Autres dépenses	38 %	181 €	69 €	1 028 400 €	35,7 %
TOTAL PRÉ SÉJOURS	40,7 %	475 €	193 €	2 882 400 €	100 %
Post séjours					
Hébergement	22,5 %	370 €	83 €	1 239 000 €	59,3 %
Autres dépenses	21,3 %	269 €	57 €	850 800 €	40,7 %
TOTAL POST SÉJOURS	22,7 %	617 €	140 €	2 089 800 €	100 %
TOTAL PRÉ ET POST SÉJOURS	49,6 %	674 €	333 €	4 972 200 €	-

*Les taux de consommation retenus tiennent compte des taux d'attribution des séjours à la croisière.







04



FOCUS
Les bassins
de navigation

04



FOCUS

Les bassins de navigation



■ Un bassin de navigation est une entité regroupant une ou des voies d'eau formant une unité hydrographique, géographique, et touristique. Sont présentés ici des éléments d'offre (itinéraires des péniches) et de fréquentation mesurée aux écluses. La fréquentation des bassins de navigation s'observe aux écluses de comptage et également à des ouvrages précis, comme ascenseurs à bateaux, tunnels. Une écluse de comptage plaisance est un ouvrage sélectionné pour comptabiliser les passages des bateaux de plaisance. La sélection des écluses retenues pour le comptage national a initialement été réalisée afin d'optimiser la connaissance de la fréquentation des bateaux de plaisance sur

le réseau de VNF. Une distinction est opérée selon le découpage suivant : la plaisance (privée et locative), les bateaux promenade, les péniches hôtels et les paquebots fluviaux. Les premiers comptages ont été mis en place en 1995 sur 85 écluses. Depuis 2016, VNF réalise le comptage au niveau de 110 écluses (désormais, 106 en raison de l'automatisation des ouvrages). Cette méthode est également appliquée sur le réseau décentralisé confié en gestion aux régions, conseils départementaux, collectivités locales. Selon les bassins de navigation, il n'est pas toujours possible d'avoir le comptage des péniches hôtels. Lorsque le détail est disponible, les chiffres sont présentés et commentés ci-après.

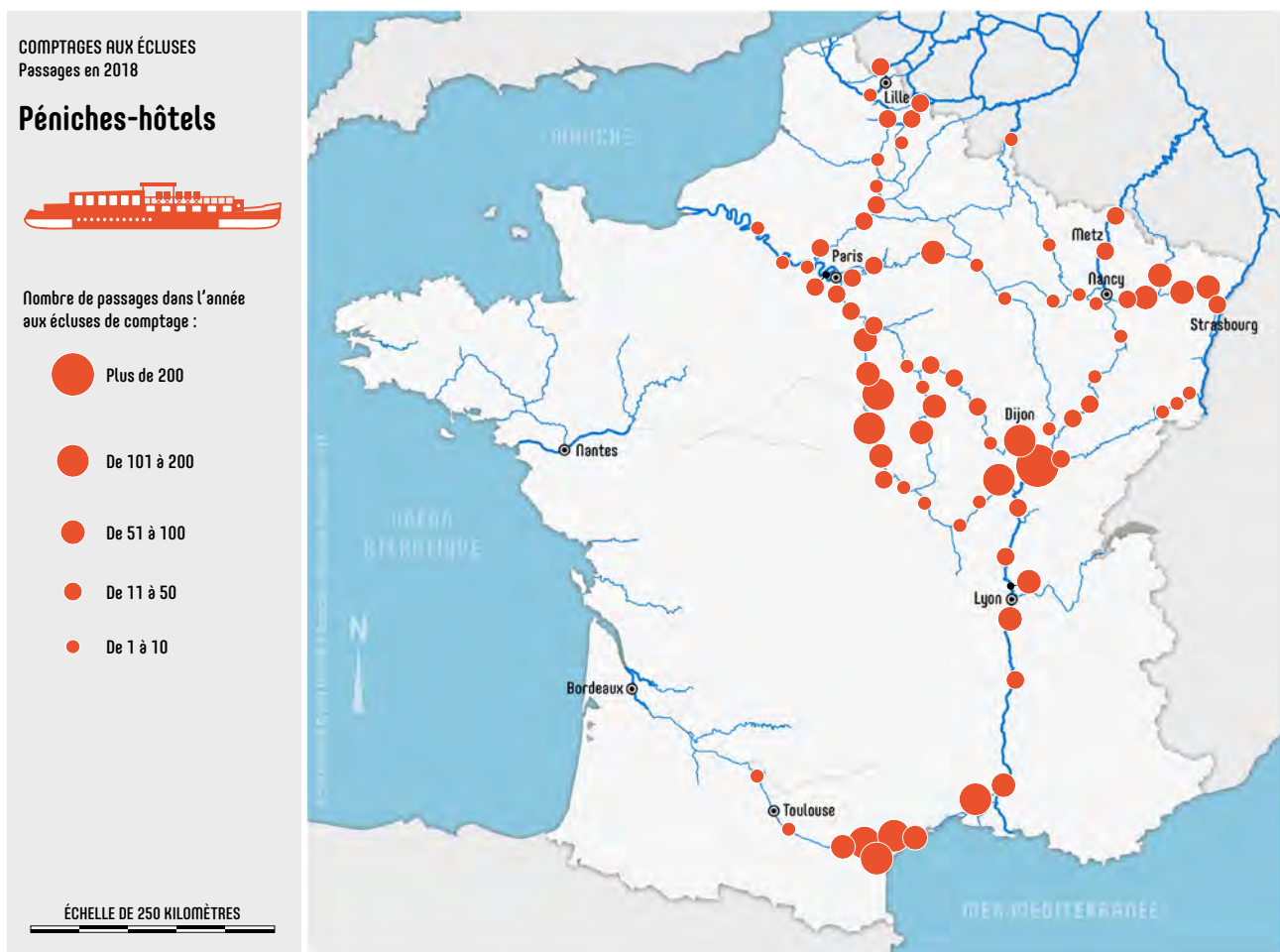


© Heloliaroux

En relation avec l'offre, la carte ci-après identifie les principales voies d'eau fréquentées par les péniches hôtels, à savoir :

- le canal du Midi ;
- le canal du Rhône à Sète ;
- tous les canaux bourguignons ;
- le canal de la Marne au Rhin, en particulier sur son versant Est ;
- la Petite Saône ;
- la Seine amont, l'Oise, la Scarpe, la Deûle, le canal du Nord.

Si les péniches hôtels naviguent principalement sur le petit gabarit (canaux), **la tendance est au développement de croisières sur le grand gabarit** (Saône, Rhône par exemple). L'alimentation en eau des canaux, parfois rendue difficile par les conditions climatiques (sécheresse), pousse les opérateurs à explorer des itinéraires où la navigation est plus sûre d'être garantie. ●



Le bassin Hauts-de-France : une offre orientée sur les croisières vélo

Sur ce bassin, on constate une capacité d'accueil moyenne élevée qui s'explique par la présence de 4 péniches offrant des croisières vélo et accueillant entre 17 et 38 passagers.

Les croisières vélo commercialisées sont généralement des circuits Bruges – Paris, incluant des visites de Cambrai, Valenciennes, Péronne et son Historial de la Grande Guerre (thématique « parlante » pour une clientèle américaine), Ham, Noyon, Amiens, Pont l'Évêque, Compiègne, le château de Chantilly puis continuant vers Auvers-sur-Oise, Bougival, Conflans-Sainte-Honorine et Paris.

BASSIN HAUTS-DE-FRANCE CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE

Nombre de péniches hôtels	7
Capacité d'accueil totale	127
Capacité d'accueil moyenne par péniche	18,1
Passagers transportés	910

Sur ce bassin, les péniches hôtels représentent une part de 2 à 6 % des passages aux écluses¹ ; la majorité du trafic est liée à la plaisance privée. ●

1. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.

Le bassin Seine ou la découverte de voies d'eau autres que la Seine

Les péniches implantées sur ce bassin naviguent principalement sur la Marne et le canal de l'Aisne à la Marne (bassin Grand Est), ainsi qu'au Nord de Paris (sur l'Oise, bassin Hauts-de-France).

BASSIN SEINE CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE

Nombre de péniches hôtels	8
Capacité d'accueil totale	104
Capacité d'accueil moyenne par péniche	13
Passagers transportés	1 400

1. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.

Les itinéraires commercialisés sont en réalité plutôt la Champagne (destination facilement identifiable pour les clients, surtout étrangers), comme par exemple Paris – Epernay en 1 semaine incluant les visites de Meaux, du château de Vaux-le-Vicomte, de Coulommiers, des caves de Moët et Chandon...

D'autres itinéraires sont proposés en direction du Sud, sur l'Yonne puis vers la Bourgogne.

À noter que CroisiEurope propose une croisière vers la Petite Seine (Melun, Saint-Mammès), itinéraire encore peu fréquenté par les péniches hôtels.

Les péniches hôtels représentent une part de l'ordre de 5 % maximum de la fréquentation aux écluses sur ce bassin¹. ●

Le bassin Grand Est entre Champagne et Alsace

L'offre du bassin Grand Est présente les caractéristiques suivantes :

BASSIN GRAND EST CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE

Nombre de péniches hôtels	10
Capacité d'accueil totale	137
Capacité d'accueil moyenne par péniche	13,7
Passagers transportés	1 860

2. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.

Les principaux itinéraires commercialisés sont la Champagne (itinéraires Paris – Epernay) et l'Alsace avec des croisières sur le canal de la Marne au Rhin entre Lagarde et Strasbourg principalement, intégrant des visites du Plan Incliné d'Arzviller, de Saverne, de Sarrebourg, du château de Lutzelbourg et de Nancy notamment.

Le positionnement de ce bassin est orienté sur les vins (Champagne, Alsace) mais également l'architecture et l'histoire des arts (Art Nouveau à Nancy, vitraux Chagall à la chapelle des Cordeliers de Sarrebourg, Strasbourg...).

Sur ce bassin, les péniches hôtels représentent une part de l'ordre de 2 % en moyenne des passages aux écluses, la majorité du trafic étant liée à la plaisance privée et locative². ●

Le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté : là où tout a commencé...

Ce bassin rassemble une flotte importante (40 % de l'offre nationale en nombre de péniches). **Historiquement, c'est là que le produit péniche hôtel s'est développé.**

La capacité d'accueil moyenne observée est faible, **les péniches étant positionnées sur le haut de gamme**. Seules 2 péniches proposent des croisières vélo en Centre Bourgogne-Franche-Comté.

De nombreuses destinations sont commercialisées sur ce bassin :

- la destination « **vallée de la Loire** », pour une navigation sur le Cher incluant notamment la visite des châteaux d'Amboise et Chenonceaux ;
- la « **Loire et l'ouest de la Bourgogne** », à savoir le canal de Briare et le canal latéral à la Loire pour des circuits Montargis – Châtillon-sur-Loire, par exemple, incluant la visite du château de Fontainebleau, de Gien, de Rogny-les-Sept-Ecluses, du château de La Bussière, du Sancerre, ... ;
- la destination **Bourgogne du Nord** avec des itinéraires sur le canal du Nivernais, la visite d'Auxerre, du domaine de Chablis, du château de Bazoches, de Vézelay... et sur le canal de Bourgogne incluant les visites du château de Commarin, de l'abbaye de Fontenay, du château de Ricey-Bas, d'Ancy-le-Franc ;
- la destination **Bourgogne du Sud**, avec des circuits sur le canal du Centre et la Saône d'une part, incluant les visites de Dijon, du château de Germolles, de Beaune, du clos de Vougeot, de Saint-Jean-de-Losne ; et des circuits sur le linéaire sud du canal de Bourgogne (vallée de l'Ouche) d'autre part ;
- des circuits sur la **Petite Saône**, la **Saône** et le **canal du Centre** (itinéraire

Pontailier-sur-Saône – Saint-Léger-sur-Dheune, par exemple) ;

- des circuits sur le **canal du Rhône au Rhin**, pour des itinéraires Montbéliard – Besançon, ou Besançon – Dijon, s'appuyant sur l'architecture Vauban de Besançon (classée UNESCO) et la Saline Royale d'Arc-et-Senans (également classée UNESCO) notamment.

Les circuits s'appuient en grande partie sur le patrimoine œnologique de la région.

BASSIN CENTRE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE

Nombre de péniches hôtels	36
Capacité d'accueil totale	353
Capacité d'accueil moyenne par péniche	9,8
Passagers transportés	6 440

Sur ce bassin, les péniches hôtels représentent³ 4,3 % du trafic aux écluses sur le canal du Loing, 7 % sur le canal de Briare, 3,4 % sur le canal du Centre, et 10 % sur le canal de Bourgogne. Sur la Petite Saône, cette part est de moins de 1 % (la majorité des passages étant due à la plaisance privée et locative)⁴, et de moins de 2 % sur le canal du Rhône au Rhin⁵ (même constat que sur la Petite Saône). Sur le linéaire Nord de la Saône (entre Chalon-sur-Saône et Saint-Jean-de-Losne), cette part est de 6 à 7 %⁶ : en effet, l'itinéraire canal du Centre – Saône – canal de Bourgogne fait partie des circuits vendus. ●

3. VNF SMAP Mission Observatoire : Trafic plaisance DTCTB période 2014-2018.

4. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.

5. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.

6. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.



Le bassin Rhône-Alpes : à vélo à travers la Provence et la Camargue

Sur ce bassin, on recense l'offre suivante :

BASSIN RHÔNE-ALPES CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE

Nombre de péniches hôtels	5
Capacité d'accueil totale	95
Capacité d'accueil moyenne par péniche	19
Passagers transportés	1 800

Deux des 5 péniches offrent des croisières vélo, ce qui explique la capacité d'accueil plus élevée que la moyenne.

La commercialisation des circuits s'appuie principalement sur l'image de la Provence, de la Camargue et sur la gastronomie. Les itinéraires types vendus sont le Rhône et le canal de Rhône à Sète (itinéraire Arles – Sète avec visites d'Arles, Aigues-Mortes, la Camargue, les salins du Midi, l'étang de Thau, ou itinéraire Avignon – Aigues-Mortes) et le Rhône entre Lyon et Avignon (incluant les visites de Lyon, Valrhona, Viviers, Grignan, la visite d'une ferme de truffes...).

La part des péniches hôtels dans les passages aux écluses de ce bassin est de 2 à 4 % environ ; la majorité du trafic est due aux paquebots fluviaux et à la plaisance privée sur ce bassin¹. ●

1. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.

Le bassin Aquitaine Occitanie ou la douceur de vivre au rythme du Midi

L'offre de ce bassin présente les caractéristiques suivantes :

BASSIN AQUITAINE OCCITANIE CARACTÉRISTIQUES DE LA FLOTTE

Nombre de péniches hôtels	23
Capacité d'accueil totale	214
Capacité d'accueil moyenne par péniche	9,3
Passagers transportés	2 490

L'offre du bassin Aquitaine Occitanie se caractérise par une capacité d'accueil moyenne par péniche faible et un produit globalement haut de gamme.

À noter qu'une péniche comptabilisée dans l'offre recensée n'a pas navigué en 2018.

Le linéaire Béziers – Carcassonne concentre une grande partie des circuits proposés sur une navigation courte, avec les visites de Béziers, Poilhes, Fonseranes, du château de Perdiguier, de Capestang, du Somail,... ainsi que la visite de sites de production d'huile d'olive. **Le classement UNESCO du canal du Midi concourt à sa renommée auprès des clients étrangers.**

Le canal du Rhône à Sète est quant à lui plutôt vendu dans le cadre de circuits sur le sud Rhône (itinéraire Arles – Sète) en tant que destination Provence – Camargue, intégrant les visites de la Camargue, d'Aigues-Mortes, des salins du Midi, de parcs à huîtres sur l'étang de Thau.

Les péniches hôtels représentent une part de l'ordre de 2 à 4 % des passages aux écluses du canal du Midi (la majorité du trafic étant liée à la plaisance privée et locative) et de 9 % sur le canal du Rhône à Sète². ●

2. Source : analyse des statistiques de passages aux écluses fournies par VNF.



© Damien Lachas





05



L'ÉCONOMIE
des opérateurs

05

L'ÉCONOMIE des opérateurs

Quatre indicateurs ont été retenus pour rendre compte de la situation économique des opérateurs de la filière¹ :

- Le chiffre d'affaires ;
- La structure des charges ;
- La valeur ajoutée ;
- Le nombre d'emplois. ●

1. Comme nous le verrons dans le chapitre suivant, ces indicateurs sont souvent utilisés pour rendre compte du poids économique d'un secteur d'activité ou d'un équipement.

© Hellolaraux



Le chiffre d'affaires des entreprises national et par bassin



59 830 000 € TTC
CHIFFRE D'AFFAIRES
DES OPÉRATEURS
DONT 25 000 000 €
D'AUTRES ACHATS
EXTERNES

■ Le chiffre d'affaires global des entreprises de la filière a été estimé à partir de plusieurs paramètres. En premier lieu la dépense moyenne effectuée par les croisiéristes auprès des opérateurs (prix de la croisière et dépenses annexes). Ont été prises en compte les données recueillies dans le cadre de l'enquête ainsi que les indications fournies par les opérateurs lors des entretiens qualitatifs. Ces données ont été croisées avec les prix catalogue disponibles sur Internet pour la plupart des péniches hôtels. La dépense moyenne a ainsi été estimée à 4 600 € TTC. Ce montant prend en compte les variations de tarifs pratiquées en cours de saison, les prix dégressifs par taille des charters et la diversité des politiques tarifaires pratiquées par les opérateurs (les prix

peuvent en effet varier du simple au double selon les entreprises et la qualité des prestations proposées). Ce montant a été ramené en HT (taux moyen 10 %) et un taux de commission moyen de 15 % a été appliqué pour estimer la part revenant à l'opérateur. Ce taux de commissionnement peut également varier sensiblement d'un opérateur à l'autre selon leur politique de commercialisation. Il peut atteindre 35 % lorsque l'intégralité des croisières est commercialisée par le biais des intermédiaires de distribution. Ce chiffre d'affaires moyen par croisiériste a ensuite été appliqué au nombre total de clients accueillis durant la période d'étude tel qu'estimé par VNF à partir des déclarations des entreprises.

CHIFFRES D'AFFAIRES

	CA HT	CA TTC
Hauts-de-France	3 327 000 €	3 660 000 €
Seine	5 099 000 €	5 608 000 €
Grand Est	6 793 000 €	7 473 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	23 524 000 €	25 876 000 €
Rhône-Alpes	6 559 000 €	7 215 000 €
Aquitaine Occitanie	9 083 000 €	9 991 000 €
Total	54 385 000 €	59 823 000 €

Le chiffre d'affaires des entreprises de la filière des péniches hôtels est estimé à 54,4 millions d'euros HT, soit 59,8 millions d'euros TTC.

L'estimation du chiffre d'affaires par bassin a été effectuée à partir du nombre de croisières commercialisées.

Le premier bassin est ainsi Centre Bourgogne-Franche-Comté avec un montant global de chiffre d'affaires avoisinant les 23,5 millions d'euros HT suivi de l'Aquitaine Occitanie : 9 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires des entreprises de la filière se situe ensuite entre 3,3 et 6,7 millions d'euros dans les quatre autres bassins. ●



La structure des charges

- *Compte tenu des sources d'informations utilisées pour procéder aux évaluations, l'analyse de la ventilation des charges des entreprises a été adossée à la décomposition retenue pour la finalisation des comptes de résultats : achats de marchandises, achats de matières premières et autres approvisionnements, autres achats et charges externes, impôts, taxes et versements assimilés, salaires et traitements, charges sociales... Outre ces charges d'exploitation ont été retenues les dotations aux amortissements pour pouvoir prendre en compte la dimension investissements et deux composantes des retombées fiscales : la TVA et l'impôt sur les bénéfices des sociétés.*

NATURE DES DÉPENSES PAR POSTE

Postes de charges	Nature des charges
Achats de marchandises	Produits destinés à être revendus en l'état
Achats de matières premières et autres approvisionnements	Matières consommables, fournitures (entretien, fournitures de bureau...), petits équipements, combustibles, emballages...
Autres achats et charges externes	Services extérieurs, commissions, locations, assurances, transport, communication...
Investissements	Pris en compte par le biais des dotations aux amortissements
Rétributions nettes	Salaires nets versés aux salariés, revenus non commerciaux des gérants, dividendes distribués...
Charges sociales	Charges salariales et patronales des salariés, charges sociales de l'exploitant...
Impôts et taxes	Impôts sur les bénéfices, taxes locales...

VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES HORS TAXES

	Montants
Achats de produits (marchandises, matières premières)	6 986 000 €
Autres charges externes	25 369 000 €
Amortissements (investissements)	3 485 000 €
Salaires nets	9 219 000 €
Charges sociales	6 513 000 €
Impôts et taxes	1 724 000 €
Divers (dividendes, réserves...)	1 089 000 €
TOTAL	54 385 000 €
TVA	5 439 000 €



© Privateluxurycruise

Les différents services auxquels l'entreprise a recours pour assurer son activité constituent le premier poste de dépenses des opérateurs de péniches hôtels (assurances, communication, commissions, services divers...). Pour un total d'environ 25 millions d'euros, ils représentent en effet **46 % du chiffre d'affaires**. Si l'on inclut les achats de produits, marchandises, matières premières ou combustibles (7 millions d'euros), **les charges d'exploitation liées aux achats de biens et services représentent environ 60 % du chiffre d'affaires**.

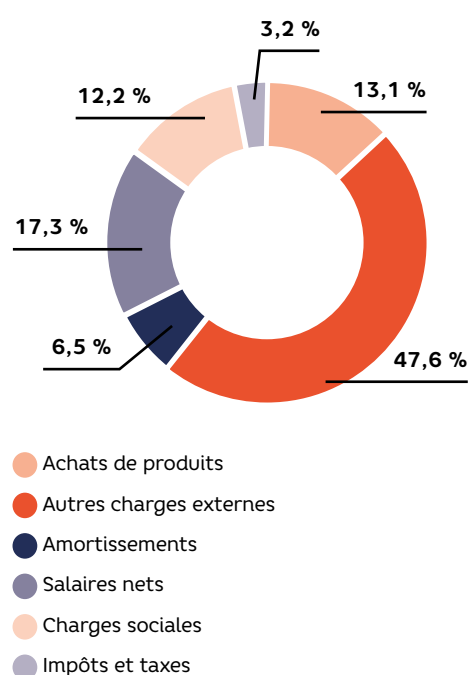
Deuxième grand poste de dépenses : la rétribution des personnels. Les salaires nets (9,2 millions d'euros) et les charges sociales (6,5 millions d'euros) mobilisent en effet près de 30 % du chiffre d'affaires.

Les amortissements qui rendent compte des niveaux d'investissement, se montent ensuite à 3,5 millions d'euros (6,5 % du chiffre d'affaires).

Dernier poste de charges : les impôts et taxes : 1,7 million d'euros.

Les charges sociales et fiscales représentent ainsi environ 15 % du chiffre d'affaires HT (impôts et taxes + charges sociales). ●

RÉPARTITION DES DÉPENSES EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES HT (HORS AFFECTATION DES BÉNÉFICES)





La valeur ajoutée

- La valeur ajoutée est l'indicateur de prédilection utilisé pour rendre compte du niveau de création de valeur par les entreprises. Elle correspond à la différence entre le prix de vente d'un produit (ou d'un service) et les coûts intermédiaires occasionnés par sa production (achats de matières premières, biens et services...). Elle sert à payer les impôts et taxes et les facteurs de production : personnels (salaires et charges), investissements, rémunération des actionnaires... En économie, la valeur ajoutée sert de base au calcul du PIB.

En reprenant le schéma présenté précédemment sur la structure des dépenses des entreprises, la valeur ajoutée peut être illustrée de la manière suivante :

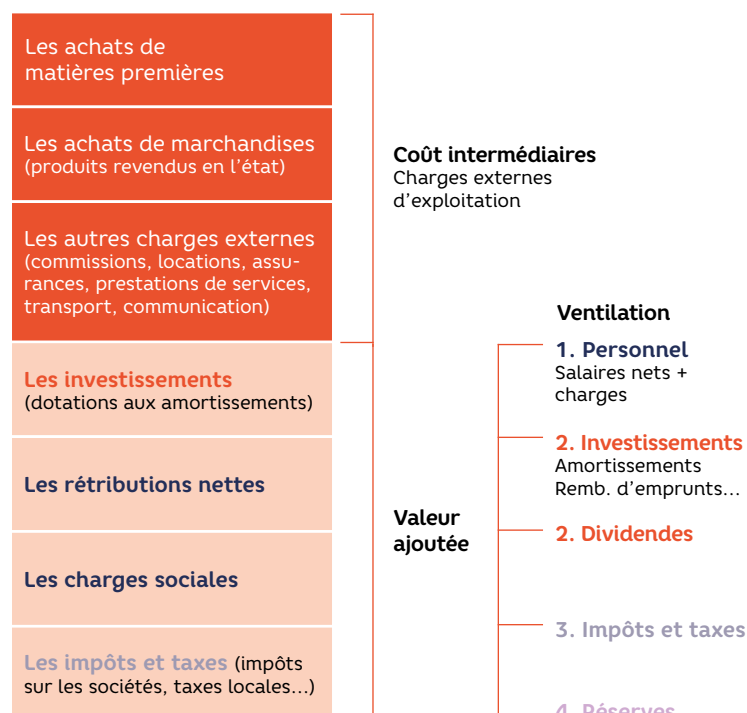
La valeur ajoutée représente 40,5 % du chiffre d'affaires des entreprises.

La valeur ajoutée totale générée par les opérateurs de la filière est estimée à 22 millions d'euros. Elle représente 40,5 % du chiffre d'affaires des entreprises.

Par bassin, cette valeur ajoutée se répartit de la manière suivante :

LA VALEUR AJOUTÉE

$$VA = CA HT - COÛTS INTERMÉDIAIRES$$



Bassins de navigation	Valeur ajoutée
Hauts-de-France	1 348 000 €
Seine	2 065 000 €
Grand Est	2 751 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	9 528 000 €
Rhône-Alpes	2 657 000 €
Aquitaine Occitanie	3 679 000 €
TOTAL	22 028 000 €

	Poids national	Poids bassin
Les achats de matières premières	en France	bassin
Les achats de marchandises (produits revendus en l'état)	en France	bassin
Les autres charges externes (commissions, locations, assurances, prestations de services, transport, communication)	en France	bassin
Les investissements (dotations aux amortissements)	en France	bassin
Les rétributions nettes	en France	bassin
Les charges sociales	100 %	-
Les impôts et taxes (impôts sur les sociétés, taxes locales...)	100 % (dont TVA)	Taxes locales (Hors TVA)



L'emploi

500
EMPLOIS
DONT 57 %
DE SAISONNIERS

■ Le volume d'emplois *généralisé* par la filière des péniches hôtels a été estimé à partir de deux principales sources d'informations : les entretiens qualitatifs passés avec des chefs d'entreprises qui abordaient la question du nombre et des caractéristiques des emplois et les données sur la composition des équipes à bord communiquées sur les sites Internet des opérateurs.

Le nombre de personnels de bord peut varier sensiblement d'une péniche hôtel à l'autre, principalement en fonction de deux paramètres (souvent corrélés) : la capacité d'accueil de la péniche et le niveau de qualité des prestations proposées. Dans les péniches les plus petites (2 cabines), **le nombre de personnels de bord peut être égal au nombre de**

clients. Ce ratio diminue tendancielle-ment à mesure que la taille de la péniche augmente. **L'équipe à bord dépasse rarement les 6 personnes, même pour les péniches disposant de plus de 10 cabines.**

On dénombre ainsi près de **500 emplois**, répartis globalement pour moitié entre emplois permanents (43 %) et emplois saisonniers (**57 %**). Il s'agit principalement d'emplois de navigants : capitaines, matelots, guides, hôtes, gouvernantes, cuisiniers... Une trentaine est tenue par des personnels administratifs, des techniciens ou des responsables non navigants. On retrouve essentiellement ce personnel dans les structures exploitant plusieurs péniches hôtels.

	Postes de travail	%	Emplois en équivalent temps plein (ETP)	%
Personnels permanents	213	43 %	213	56 %
<i>dont non navigants</i>	27	5 %	27	7 %
<i>dont navigants</i>	186	38 %	186	49 %
Personnels saisonniers (navigants)	278	57 %	167	44 %
TOTAL	491	100 %	380	100 %

Après prise en compte du temps de travail des personnels saisonniers (7 mois en moyenne), le nombre d'emplois en équivalent temps plein est estimé à 380 : 213 emplois occupés par des personnes employées à l'année (56 %) et 167 relevant de l'emploi saisonnier (44 %). ●



RÉPARTITION ESTIMÉE DU NOMBRE DE PERSONNELS NAVIGANTS PAR BASSIN

Bassins de navigation	Postes de travail (navigants)*
Hauts-de-France	57
Seine	47
Grand Est	62
Centre Bourgogne-Franche-Comté	159
Rhône-Alpes	43
Aquitaine Occitanie	96
TOTAL PERSONNELS NAVIGANTS	464

*Postes de travail tenus par des personnels non navigants : 27.



96
POSTES
DE TRAVAIL
EN AQUITAINE
OCCITANIE





06



LES RETOMBÉES économiques



LES RETOMBÉES économiques



Avant-propos : partis pris de méthode

- Le terme « retombées économiques » peut correspondre à des réalités très différentes selon la définition qui lui est donnée et les protocoles de calcul retenus. Nous allons ci-après préciser de manière assez détaillée les partis pris méthodologiques qui ont été privilégiés dans le cadre de cette étude afin de permettre une bonne compréhension de la nature des résultats présentés et de faciliter leur mise en perspective.

La mesure des retombées économiques d'une filière d'activité peut en effet être réalisée selon plusieurs méthodologies et à partir de multiples indicateurs. Ces orientations relèvent globalement de deux logiques :

- Une logique « descriptive » qui vise à rendre compte de la position de la filière, des niveaux d'activité, de richesses et d'emplois générés par les entreprises qui la composent. Le poids de la filière est alors estimé à partir d'indicateurs tels que le chiffre d'affaires cumulé des entreprises ou la valeur ajoutée générée (contribution au PIB national ou local). Le principal intérêt de cette approche est de fournir des données de cadrage permettant d'apprécier l'importance intrinsèque de la filière et de permettre de la situer par rapport à d'autres. Les éléments relevant de cette logique ont été présentés dans le chapitre précédent : chiffre d'affaires, valeur ajoutée, masse salariale, volume d'emplois...
- Une logique plus « contributive » qui vise à évaluer dans quelle mesure la présence de la filière d'activité profite aux agents économiques du terri-

toire retenu pour l'analyse. Il s'agit ici d'identifier et d'évaluer les retombées générées par l'activité des entreprises de la filière dans le tissu économique local. Dans le cadre de cette approche, la seule prise en compte du chiffre d'affaires ou de la valeur ajoutée générée par les entreprises du secteur trouve rapidement ses limites. Ces flux financiers ne profitent pas, en effet, intégralement aux acteurs du territoire du fait du recours à des agents économiques extérieurs (fournisseurs, prestataires de services, personnels...). Cette réalité présente dans l'ensemble des secteurs économiques l'est tout particulièrement dans le cas des filières fluviales du fait de la présence, dans certaines d'entre elles, d'une forte proportion d'opérateurs étrangers.

Dans le prolongement des études réalisées par VNF en 2013 et 2014, c'est cette deuxième approche qui consiste à évaluer la contribution de la présence des filières du tourisme fluvial à l'activité économique des territoires qui a été privilégiée. ●

SOURCES ET BÉNÉFICIAIRES DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

La première étape de la démarche d'évaluation a ainsi été d'identifier les agents économiques qui **contribuent** à ces retombées économiques et ceux qui en **bénéficient**. En d'autres termes,

les acteurs économiques à **l'origine** des dépenses sur le territoire directement liées à l'activité fluviale étudiée et ceux auprès desquels ces dépenses sont réalisées (les **destinataires**).

LES CONTRIBUTEURS

Trois catégories de contributeurs ont été retenues. En premier lieu les **entreprises** qui exploitent les péniches hôtels. Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, elles effectuent des dépenses lorsqu'elles ont recours à leurs fournisseurs ou prestataires de services, procèdent à des investissements, rétribuent leurs personnels, s'acquittent de leurs impôts et taxes...

En second lieu **la clientèle**. Elle achète les croisières et effectue des dépenses durant sa présence sur le territoire voire lors de séjours complémentaires avant ou après la navigation : dépenses de restauration, de loisirs, achats dans les commerces, consommations dans les cafés, dépenses dans les hébergements (lors des pré et post séjours)...

Enfin, bien que de manière plus limitée, le **personnel de bord**. Présentes au même titre que la clientèle sur les territoires durant les croisières, les personnes travaillant sur les péniches font un certain nombre de dépenses durant la navigation, principalement des achats dans les commerces, des consommations dans les cafés voire des repas au restaurant.

LES BÉNÉFICIAIRES

Les dépenses des opérateurs, des clientèles et des personnels de bord sont réalisées auprès de trois catégories de bénéficiaires :

- **Les entreprises** : fournisseurs et prestataires des péniches hôtels ; commerces, restaurants, cafés, structures de loisirs... dans lesquels les clientèles effectuent leurs dépenses ;
- **Les ménages** qui perçoivent les salaires et autres rétributions versés par les entreprises de la filière. Seules les rétributions nettes des charges sociales, qui contribuent réellement à l'augmentation du pouvoir d'achat des ménages, sont comptabilisées ;
- **La collectivité** qui perçoit les charges fiscales et sociales des entreprises : TVA, impôt sur les sociétés, taxes locales, charges salariales et patronales... Les évaluations faites à une échelle nationale intègrent l'ensemble de ces charges. Celles réalisées à l'échelle des bassins ne prennent en compte que les taxes locales. À noter que deux postes importants n'y sont donc pas comptabilisés : la TVA, les charges sociales. ●

LES ÉLÉMENTS PRIS EN COMPTE

LES SOURCES DE RETOMBÉES

Dépenses réalisées auprès des acteurs du territoire par :

1 LES OPÉRATEURS

Achats, investissements, prestations de services, salaires nets versés aux salariés, impôts et taxes, charges sociales...

2 LES CLIENTÈLES ET USAGERS

Achats de la croisière, dépenses à terre (restauration, cafés, commerces, loisirs...) et lors des pré et post séjours

3 LES PERSONNELS DE BORD

Dépenses à terre : dans les restaurants, les commerces, les cafés...

LES BÉNÉFICIAIRES

Acteurs économiques auprès desquels les dépenses sont effectuées :

1 LES ENTREPRISES

Achats de biens et services
> Chiffre d'affaires

2 LES INDIVIDUS (ménages)

Salaires, dividendes et autres rétributions
> Pouvoir d'achat

3 LA COLLECTIVITÉ (État, collectivités locales)

État, collectivités locales...
> Ressources fiscales

RÉCAPITULATION DES DÉPENSES DES ENTREPRISES PRISES EN COMPTE PAR CATÉGORIE D'AGENTS ÉCONOMIQUES

Postes de charges	Nature des charges	Agents économiques bénéficiaires
Achats de marchandises	Produits destinés à être revendus en l'état	Entreprises
Achats de matières premières et autres approvisionnements	Matières consommables, fournitures (produits d'entretien, fournitures de bureau...), petits équipements, combustibles, emballages...	
Autres achats et charges externes	Services extérieurs, commissions, locations, assurances, transport, communication...	
Investissements	Les investissements sont pris en compte par le biais des dotations aux amortissements	
Rétributions nettes	Salaires nets versés aux salariés, revenus non commerciaux des gérants, dividendes distribués...	Ménages
Charges sociales	Charges salariales et patronales des salariés, charges sociales de l'exploitant...	Collectivité (État, régions, départements...)
Impôts et taxes	Impôts sur les bénéfices, TVA, taxes locales...	

DEUX CONCEPTIONS DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES



LE POIDS ÉCONOMIQUE

Ressources liées à la présence
de l'activité perçues par
les acteurs économiques
du territoire

Logique retenue lors
des précédentes études (2012-2014)



L'IMPACT ÉCONOMIQUE

Supplément de ressources
pour les acteurs locaux généré
par la présence de l'activité

Méthodologie conforme
aux spécifications du guide DGE
sur la mesure de l'impact économique

La mesure de l'impact économique
d'un événement touristique



UNE DOUBLE ÉVALUATION : POIDS ET IMPACT ÉCONOMIQUE

Dans le cadre de cette approche contributive, deux formes de retombées économiques ont été évaluées.

La première, en ligne directe avec ce qui a été présenté précédemment, consiste à mesurer le montant global de dépenses réalisées par les opérateurs et les clientèles sur le territoire retenu. Dans les résultats ci-après ce type de retombées sera qualifié de **poids économique**¹.

La seconde évaluation se polarise sur le supplément de ressources générées par la présence de l'activité, en d'autres termes, le niveau de ressources dont n'aurait pas bénéficié le territoire en l'absence de cette activité. Elle correspond à la notion **d'impact économique**.

Par rapport aux retombées précédentes ne seront pas prises en compte notamment les dépenses des croisiéristes résidant sur le périmètre retenu (les Français pour une analyse à l'échelle nationale, l'habitant du bassin pour une analyse locale) ni les retombées opérateurs générées à partir du chiffre d'affaires provenant de ces clientèles locales.

Cette évaluation de type « injection-fuite » repose sur les spécifications du guide DGE sur la mesure des impacts économiques qui préconise de ne prendre en compte lors des évaluations que les flux financiers (1) de court terme² (2) attribuables à l'activité³ et (3) qui impliquent un acteur du territoire et un acteur extérieur⁴.

Les relations économiques entre les acteurs extérieurs au territoire ne sont donc pas retenues (car neutres pour le territoire) de même que les échanges entre les acteurs du territoire. Si l'on prend l'exemple des retombées clientèles, les dépenses faites par les clients résidant sur un territoire auprès des entreprises de location de ce même territoire ne sont pas considérées comme une injection de ressources nouvelles mais comme un transfert de ressources d'un acteur du territoire à un autre. Seules les dépenses des clients venant de l'extérieur du territoire auprès des entreprises locales constituent ainsi de « l'argent neuf » pour l'économie locale.

Les évaluations en termes **d'impact économique** mesurent ainsi **le supplément net de ressources** injecté sur le territoire du fait de la présence de l'activité.

Nous procéderons ci-après, pour chacune des deux sources de retombées (opérateurs et visiteurs), aux évaluations en termes de poids et d'impact économique. ●

1. Il est parfois appelé "retombées économiques" dans certaines études.

Nous privilégierons le terme "poids économique" pour rester en cohérence avec les études filières déjà réalisées.

2. Essentiellement les dépenses de consommation des ménages et les charges d'exploitation des entreprises.

3. Dépenses qui n'auraient pas été faites en l'absence de l'activité.

4. Rapport et synthèse disponibles en ligne sur le site de la Direction Générale des Entreprises (www.entreprises.gouv.fr). Le guide DGE porte spécifiquement sur les événements touristiques. Il précise les principes méthodologiques de l'évaluation des impacts économiques qui s'appliquent également aux équipements et filières d'activité (évaluation de court terme centrée sur la mesure de l'impact de dépense, respect des principes « injection-fuite », attribution des flux...).



Le poids économique généré par les opérateurs

- La mesure du poids économique généré par les opérateurs a été effectuée en plusieurs étapes : l'estimation du chiffre d'affaires global des opérateurs, l'évaluation des dépenses des entreprises par type (décomposition par type de charges) et la ventilation des différents types de dépenses aux trois niveaux géographiques que sont : le bassin de navigation (pour la mesure des retombées à l'échelle des bassins), la France (pour la mesure des retombées à l'échelle nationale) et l'international⁵. Le résultat des deux premières étapes (évaluation du chiffre d'affaires et structure des charges) a été présenté dans le chapitre précédent.

LES SOURCES D'INFORMATIONS SONT LES SUIVANTES :

- Comptes annuels des entreprises : 24 entreprises
- Données issues des entretiens avec des responsables de sociétés : 8 sociétés
- Données sur la structure de l'offre : répartition des structures par type, capacité d'accueil, bassin
- Données de l'enquête auprès des clientèles : type de croisières et montant des dépenses (300 groupes de passagers). ●

46 M€ HT

**POIDS
ÉCONOMIQUE
DES OPÉRATEURS**

**DONT 15 M€ BÉNÉFICIENT
AUX BASSINS**

61 %

**DES DÉPENSES
NATIONALES
RÉALISÉES AUPRÈS
DES ENTREPRISES**

5. Logique de l'évaluation : $PO_t = \sum_j (Y_t \cdot d_j \cdot l_{jt})$ avec POt = poids économique des opérateurs à l'échelle du territoire t ; Y = chiffre d'affaires des opérateurs de la filière ; d = taux moyen de dépenses (en % du chiffre d'affaires) ; l = proportion de dépenses effectuées sur le territoire d'analyse ; t = territoire d'analyse ; j = poste de dépenses.



LA VENTILATION DES DÉPENSES PAR TYPE D'AGENTS ÉCONOMIQUES

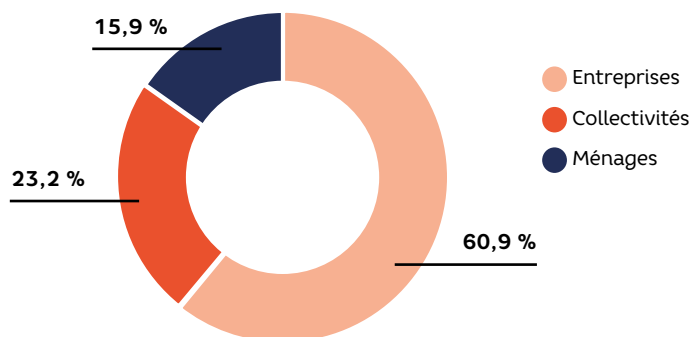
Les dépenses des opérateurs sont majoritairement réalisées auprès des entreprises dans le cadre des relations clients-fournisseurs (achats de biens et services). Le montant total de ces dépenses se monte à près de **36 millions d'euros HT** soit environ 60 % des dépenses globales.

Deuxième type d'agents auprès desquels les dépenses sont réalisées : l'État et les collectivités. Le montant total des charges sociales et fiscales payées par les entreprises exploitant les péniches hôtels est ainsi de 13,7 millions d'euros (23 % de la dépense globale).

Enfin **16 % des dépenses relèvent des salaires et autres rétributions nettes versées au personnel** des structures (dirigeants et employés) : 9,4 millions d'euros. ●

VENTILATION DES DÉPENSES PAR CATÉGORIE D'AGENTS ÉCONOMIQUES

Dépenses et versements des opérateurs	Montants	%
Recours aux entreprises (fournisseurs, prestataires, assurances...)	35 841 000 €	61 %
Dépenses fiscales et sociales (dont TVA et impôts sur les sociétés)	13 676 000 €	23 %
Versements auprès des ménages (salaires, dividendes...)	9 382 000 €	16 %
ENSEMBLE DES DÉPENSES DES PÉNICHES HÔTELS	58 899 000 €	100 %



© Enchante Finesse



9,4 M€
REDISTRIBUÉS
AUX MÉNAGES



LE POIDS ÉCONOMIQUE « OPÉRATEURS » PAR BASSIN

- Nous l'avons vu, le poids économique généré par les opérateurs de la filière correspond aux dépenses qu'ils ont réellement effectuées auprès des agents économiques du territoire retenu en référence : la France pour une analyse au plan national, le bassin pour une analyse au plan territorial¹. Par type de charges, cette localisation des dépenses a été effectuée selon les bases suivantes² :

1. Nous rappelons que le bassin est l'unité géographique retenue pour les analyses sur le plan local.

2. Cette localisation des dépenses (charges externes, investissements et frais de personnel) a été effectuée sur la base des informations collectées lors des entretiens avec les acteurs de la filière : proportion des dépenses effectuées sur le bassin de navigation, dans le reste de la France et à l'étranger. La répartition des rétributions nettes a été basée sur la localisation des personnels (proportion résidant dans le bassin, dans le reste de la France et travailleurs étrangers).

	Poids économique à l'échelle de la France	Poids économique à l'échelle des bassins
Les achats de matières premières	Dépenses réalisées en France	Dépenses réalisées dans les bassins
Les achats de marchandises (produits revenus en l'état)	Dépenses réalisées en France	Dépenses réalisées dans les bassins
Les autres charges externes (commissions, locations, assurances, prestations de service, transport, communication...)	Dépenses réalisées en France	Dépenses réalisées dans les bassins
Les investissements (dotations aux amortissements)	Dépenses réalisées en France	Dépenses réalisées dans les bassins
Les rétributions nettes	Dépenses réalisées en France	Dépenses réalisées dans les bassins
Les charges sociales	Ensemble des dépenses	Aucune dépense
Impôts et taxes (impôt sur les sociétés, TVA, taxes locales...)	Ensemble des versements (dont TVA)	Taxes locales (hors TVA)

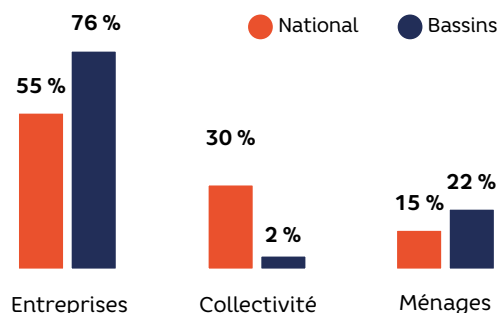
Les retombées économiques générées par les opérateurs sont estimées à 46 millions d'euros au plan national et près de 15 millions d'euros à l'échelle des bassins (cumul des retombées générées dans les différents bassins).

L'écart observé entre le montant global des dépenses mentionné précédemment (59 millions d'euros) et le montant des retombées au niveau national provient **du recours par les opérateurs aux acteurs économiques étrangers pour un montant de 13 millions d'euros**, soit environ 22 % des dépenses totales. L'essentiel de ces dépenses (82 %) est effectué auprès des fournisseurs et prestataires étrangers (10,5 millions d'euros) ; près de 20 % (2,4 millions d'euros) auprès des personnels étrangers du fait des rétributions nettes versées.

La diminution des retombées lorsque l'on passe du stade national au stade territorial provient principalement de la non-affectation à l'échelle locale de ressources fiscales et sociales telles que la TVA ou les charges sur les salaires (13 millions d'euros) et du recours par les entreprises à des fournisseurs basés dans d'autres régions de France (14 millions d'euros).

VENTILATION DES DÉPENSES DES OPÉRATEURS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (NATIONAL / BASSINS)

Dépenses et versements des opérateurs	National	Bassins
Recours aux entreprises (fournisseurs, prestataires, assurances...)	25 300 000 €	11 360 000 €
Dépenses fiscales et sociales (dont TVA et impôts sur les sociétés)	13 676 000 €	237 000 €
Versements auprès des ménages (salaires, dividendes...)	6 995 000 €	3 284 000 €
TOTAL	45 971 000 €	14 881 000 €



POIDS ÉCONOMIQUE « OPÉRATEURS » PAR BASSIN

Poids « opérateurs » à l'échelle des bassins	Montants HT	Nombre d'opérateurs*
Hauts-de-France	910 000 €	7
Seine	1 395 000 €	9
Grand Est	1 859 000 €	8
Centre Bourgogne-Franche-Comté	6 437 000 €	27
Rhône-Alpes	1 795 000 €	23
Aquitaine Occitanie	2 485 000 €	4
TOTAL	14 881 000 €	-

*Le total de la colonne est supérieur au nombre d'opérateurs présents en France car un même opérateur peut être présent sur plusieurs bassins de navigation.

À l'échelle nationale, un peu plus de la moitié des dépenses des opérateurs (55 %) est réalisée auprès des entreprises des autres secteurs, 30 % auprès de l'État et aux collectivités, 15 % auprès des ménages.

Du fait principalement de la moindre proportion de charges fiscales et sociales perçues par les collectivités à une échelle locale, les entreprises confortent leur position de premiers bénéficiaires des retombées au niveau local. Les trois quarts des dépenses effectuées dans le tissu économique des bassins de navigation par les opérateurs sont réalisées auprès des entreprises (11,4 millions d'euros) ; 22 % auprès des ménages avec 3,3 millions d'euros de rétributions nettes.

POIDS ÉCONOMIQUE « OPÉRATEURS » PAR BASSIN¹

Le poids économique généré par les opérateurs de la filière est estimé à 6,4 millions d'euros dans le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté et 2,5 millions d'euros en Aquitaine Occitanie.

Deux bassins enregistrent ensuite des niveaux

de retombées situés aux alentours de 1,8 million d'euros : Grand Est et Rhône-Alpes. Les opérateurs génèrent enfin dans les deux derniers bassins Seine et Hauts-de-France respectivement 1,4 et 0,9 million d'euros. ●

1. L'estimation des dépenses effectuées par les opérateurs à l'échelle des bassins a été réalisée à partir de ratios estimés à l'échelle nationale. Les données collectées dans le cadre de l'étude ont en effet permis de calculer de manière satisfaisante la part des dépenses locales par type de charges (grands postes) pour l'ensemble du secteur mais elles n'étaient pas suffisamment complètes pour estimer cette part par bassin (du fait notamment de la difficulté que représente le fait que plusieurs opérateurs exploitent des péniches hôtels sur différents bassins). Logique de calcul : $PO_B = \sum_{i \in B} Y_B \cdot d_i \cdot l_i$ avec PO_B = poids économique des opérateurs dans le bassin B ; Y_B = chiffre d'affaires des péniches hôtels naviguant dans le bassin B ; d_i = part du chiffre d'affaires affectée aux dépenses de type i estimé au plan national ; l_i = proportion des dépenses de type i effectuée au niveau des bassins estimée au plan national.



Les retombées économiques générées par les clientèles et les personnels de bord

Les retombées liées aux dépenses « touristiques » des individus présents à bord des péniches hôtels durant la croisière ont été évaluées auprès des deux catégories de

personnes que sont les clients d'une part et les personnels de bord d'autre part.

Dans les deux cas des ratios de dépenses ont été appliqués à la population totale concernée

pour évaluer la dépense globale. Les données relatives aux dépenses présentées au chapitre sur les clientèles serviront de base aux évaluations relatives aux passagers. ●

LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES GÉNÉRÉES PAR LES CROISIÉRISTES

POSTES DE DÉPENSE RETENUS ET PRINCIPES DE L'ÉVALUATION

■ Pour des raisons méthodologiques dans le cadre de cette évaluation la dépense des croisiéristes a été structurée en trois catégories :

1. La dépense auprès des opérateurs : elle comprend le coût de la croisière et des autres prestations commercialisées par le bateau dans le cadre de la navigation. Elle correspond au chiffre d'affaires des opérateurs de la filière. Elle est donnée à titre indicatif mais ne doit pas être prise en compte ici car elle l'est dans

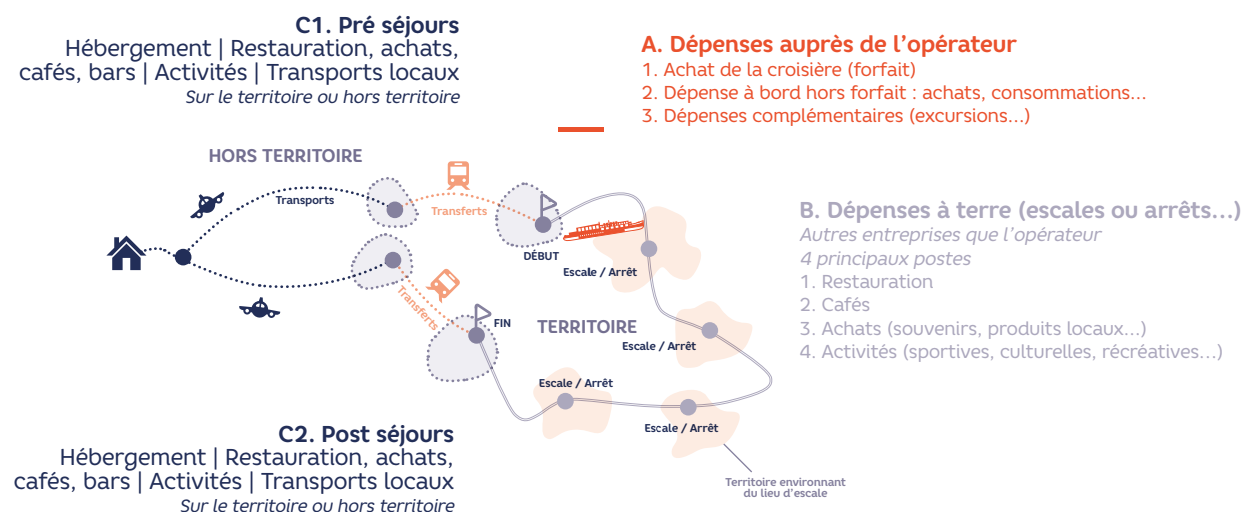
l'évaluation du poids économique attribuable aux entreprises.

2. Les dépenses réalisées durant la navigation (du début à la fin de la navigation). Entre dans cette catégorie l'ensemble des dépenses hors forfait croisière réalisées sur site pendant la pratique fluviale : loisirs et activités, restaurants, cafés, transports locaux... Le détail des postes de consommation retenus est présenté dans la partie sur les clientèles. Elles ont été regroupées sous la

mention « dépenses touristiques pendant la croisière ».

3. Les dépenses touristiques réalisées avant et après la navigation. Il s'agit essentiellement des pré et post séjours réalisés sur les bassins de navigation et/ou dans d'autres régions de France. Ces séjours occasionnent un certain nombre de dépenses touristiques sur les territoires : hébergement, restauration, commerces, activités...

LES 3 CATÉGORIES DE DÉPENSES DES CLIENTS DES PÉNICHES HÔTELS



La dépense auprès des opérateurs a été isolée et ne sera pas comptabilisée au titre des retombées « clientèles » car elle correspond au chiffre d'affaires des entreprises, montant déjà pris en compte dans la mesure des retombées « opérateurs ».

Comme pour les opérateurs, l'ensemble des dépenses réalisées par les croisiéristes ne doit pas être comptabilisé au titre des retombées économiques. L'attribution ou non de ces dépenses à l'activité (et donc leur prise en compte ou non dans le calcul des retombées) a été déterminée à partir des protocoles suivants :

- Pour la mesure du **poids économique**, l'ensemble des dépenses effectuées à terre durant la croisière ont été comptabili-

sées car directement conditionnées par la participation à la croisière. Concernant les pré et post séjours, seules les dépenses réalisées lors des séjours en lien avec la croisière (qui n'auraient donc pas été faites sans elle) ont été retenus au titre du poids économique. Les taux d'attribution des pré et post séjours à la croisière¹ ont été déterminés par enquête auprès des croisiéristes.

- Pour la mesure de **l'impact économique** deux paramètres supplémentaires ont été pris en compte :

1. **la provenance des individus** : les dépenses des personnes résidant sur le territoire de référence de l'analyse n'ont pas été retenues ;

2. **l'attribution de la présence sur le territoire de référence à la croisière**. Ainsi, les dépenses des croisiéristes qui seraient tout de même venus en séjour en France sans la croisière n'ont pas été comptabilisées au titre de l'impact économique. Cette attribution de la présence sur site a été demandée à deux niveaux : présence en France et présence sur le bassin. Ainsi, en synthèse, ont été prises en compte au titre de l'impact économique les dépenses attribuées à la croisière des visiteurs venus de l'extérieur du territoire de référence et qui n'y seraient pas venus en l'absence de l'offre en péniche hôtel. ●

1. Proportion de croisiéristes qui n'auraient pas effectué le séjour sans la croisière.

DÉPENSES DES CROISIÉRISTES TTC

	Total France	Affectables aux bassins
1. Dépenses auprès des opérateurs (= chiffres d'affaires)	59 824 000 €	59 824 000 €
2. Dépenses tourisme fluvial (pendant la navigation)	2 395 000 €	2 395 000 €
3. Dépenses tourisme avant et après navigation (pré-post séjours)	13 516 000 €	4 972 000 €
TOTAL DÉPENSES (1 À 3)	75 735 000 €	67 191 000 €
TOTAL HORS DÉPENSES AUPRÈS DES OPÉRATEURS (2 ET 3)	15 911 000 €	7 367 000 €

DÉPENSES DES CROISIÉRISTES HT

	Total France	Affectables aux bassins
1. Dépenses auprès des opérateurs (= chiffres d'affaires)	54 385 000 €	54 385 000 €
2. Dépenses tourisme fluvial (pendant la navigation)	2 107 000 €	2 107 000 €
3. Dépenses tourisme avant et après navigation (pré-post séjours)	11 989 000 €	4 411 000 €
TOTAL DÉPENSES (1 À 3)	68 481 000 €	60 903 000 €
TOTAL HORS DÉPENSES AUPRÈS DES OPÉRATEURS (2 ET 3)	14 096 000 €	6 519 000 €



DÉPENSES DES CROISIÉRISTES HT PAR BASSIN

	Hauts-de-France	Seine	Grand Est	Centre Bourg.-Franche-C.	Rhône-Alpes	Aquitaine Occitanie
1. Dépenses auprès des opérateurs (= chiffres d'affaires)	3 327 000 €	5 099 000 €	6 793 000 €	23 524 000 €	6 559 000 €	9 083 000 €
2. Dépenses tourisme fluvial (pendant la navigation)	138 000 €	212 000 €	246 000 €	895 000 €	290 000 €	326 000 €
3. Dépenses tourisme avant et après navigation (pré-post séjours)	270 000 €	413 000 €	551 000 €	1 908 000 €	532 000 €	737 000 €
TOTAL DÉPENSES	3 725 000 €	5 724 000 €	7 590 000 €	26 381 000 €	7 381 000 €	10 146 000 €
TOTAL DÉPENSES HORS DÉPENSES EFFECTUÉES AUPRÈS DES OPÉRATEURS (= RETOMBÉES ÉCONOMIQUES CLIENTÈLE)	408 000 €	625 000 €	797 000 €	2 803 000 €	822 000 €	1 063 000 €

LES DÉPENSES TOTALES DES CLIENTÈLES

Les dépenses des clientèles des péniches hôtels sont estimées à près de **76 millions d'euros TTC**, soit 68 millions d'euros HT. L'essentiel de ces dépenses (**près de 80 %**) est effectué auprès des opérateurs : 60 millions d'euros TTC.

16 millions d'euros sont dépensés dans le tissu économique national (bassin et hors bassin), principalement à l'occasion des pré et post séjours (13,5 millions d'euros soit 85 %).

Le faible poids des dépenses touristiques réalisées sur site, notamment lors des escales à terre en cours de croisière (3 % des dépenses), vient du fait que **la grande majorité des croisières est commercialisée dans le cadre de forfaits tout compris**. L'hébergement ainsi que l'ensemble des activités et des repas, postes qui génèrent avec les commerces les plus forts niveaux de retombées liées à la consommation touristique, sont inclus dans le prix de la croisière. L'injection additionnelle de dépenses sur site en cours de navigation est ainsi limitée. Les impacts générés par les consommations des croisiéristes prises en compte dans les forfaits se répercutent en fait au niveau des retombées générées par les opérateurs avec le poids important des achats et charges externes (60 % du chiffre d'affaires). Ces charges correspondent en effet pour partie aux dépenses effectuées auprès des four-

nisseurs et prestataires auxquels les péniches hôtels ont recours pour fournir l'ensemble des prestations comprises dans le all inclusive.

Les niveaux de retombées générées par la dépense touristique additionnelle (hors forfait croisière) varient sensiblement lorsqu'on passe de l'échelle nationale à une échelle plus locale.

Ce phénomène est lié aux dépenses générées dans le cadre des pré et post séjours.

En premier lieu, comme nous l'avons observé au chapitre 3 consacré à la clientèle, une grande proportion de croisiéristes effectue des pré et post séjours en France à l'occasion de la croisière. Du fait de la faible consommation additionnelle observée précédemment en cours de navigation, l'essentiel des retombées touristiques générées par la clientèle provient de ces séjours additionnels. Toutefois, tous ces séjours ne sont pas réalisés sur le territoire. Le différentiel entre les retombées observées au plan national et au niveau des bassins correspond à la part des dépenses en pré et post séjours effectués hors bassin, le plus souvent à Paris.

La dépense en pré et post séjour passe ainsi de 13,5 millions d'euros TTC au niveau national à 5 millions d'euros au niveau des territoires.



26
MILLIONS D'€ HT
DE DÉPENSES EN
CENTRE BOURGOGNE-
FRANCHE-COMTÉ

RÉPARTITION DES DÉPENSES PAR BASSIN¹

Le montant estimé des dépenses réalisées par les visiteurs est d'environ **26 millions d'euros HT** dans le premier bassin de navigation des péniches hôtels, à savoir Centre Bourgogne-Franche-Comté. **Les dépenses touristiques (hors opérateurs) sont évaluées à 2,8 millions d'euros HT.**

Le deuxième bassin de prédilection pour

l'activité, le territoire Aquitaine Occitanie, enregistre un niveau global de dépenses de 10 millions d'euros dont 1,1 million d'euros hors opérateurs.

La dépense globale des clientèles dans les autres bassins se situent entre 3,3 et 6,8 millions d'euros avec des niveaux de dépenses touristiques hors opérateurs compris entre 400 000 et 800 000 € HT.

1. Comme pour la ventilation géographique de la dépense des opérateurs, les retombées par bassin ont été estimées ici à partir de ratios déterminés à l'échelle nationale. Les données collectées dans le cadre de l'enquête par sondage auprès des croisiéristes n'ont pas permis l'établissement de ratios de dépenses fiables à l'échelle de l'ensemble des bassins. Les retombées générées par les visiteurs ont donc été évaluées sur la base des observations effectuées auprès de l'ensemble de l'échantillon.



POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LES CLIENTÈLES

Au plan national, **le poids économique généré par les clients des péniches hôtels avoisine les 16 millions d'euros TTC.**

Pour les raisons mentionnées précédemment, **l'essentiel de ces retombées (85 %) provient des dépenses effectuées dans le cadre des pré et post séjours : 13,5 millions d'euros TTC².**

2. Rappel : l'évaluation du poids économique est réalisée en TTC au plan national afin de tenir compte des retombées fiscales relatives à la TVA. Cette ressource échappant aux territoires le poids économique est évalué en HT à l'échelle des bassins.

POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LA CLIENTÈLE AU PLAN NATIONAL

	Total France € TTC
1. Dépenses auprès des opérateurs	<i>Déjà prises en compte*</i>
2. Dépenses tourisme fluvial (pendant la navigation)	2 395 000 €
3. Dépenses tourisme avant et après navigation (pré-post séjours)	13 516 000 €
TOTAL HORS DÉPENSES AUPRÈS DES OPÉRATEURS (2 ET 3)	15 911 000 €

POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LA CLIENTÈLE DANS LES BASSINS

	Total bassins € HT
1. Dépenses auprès des opérateurs	<i>Déjà prises en compte*</i>
2. Dépenses tourisme fluvial (pendant la navigation)	2 107 000 €
3. Dépenses tourisme avant et après navigation (pré-post séjours)	4 411 000 €
TOTAL HORS DÉPENSES AUPRÈS DES OPÉRATEURS (2 ET 3)	6 518 000 €

*Rappel : les dépenses auprès des opérateurs correspondent au chiffre d'affaires des entreprises à partir duquel ces dernières effectuent leurs dépenses auprès des différents agents économiques. Elles ont donc déjà été prises en compte au titre des retombées générées par les entreprises, cf. début du chapitre.

Au niveau des territoires, le total des retombées générées par bassin est évalué à 6,5 millions d'euros HT.

Il se répartit par bassin de la manière suivante :

POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LA CLIENTÈLE (BASSINS HT)

	Montant HT
Hauts-de-France	408 000 €
Seine	625 000 €
Grand Est	797 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	2 803 000 €
Rhône-Alpes	822 000 €
Aquitaine Occitanie	1 063 000 €
TOTAL	6 518 000 €





LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES GÉNÉRÉES PAR LES PERSONNELS DE BORD

Durant la saison, **les personnels de bord réalisent des dépenses lors de leurs descentes à terre**, essentiellement dans les commerces et les cafés. Cette dépense n'a pas fait l'objet d'une enquête spécifique auprès des membres d'équipage mais a été estimée à partir des données disponibles sur le nombre de personnels navigants présents à bord des péniches durant la saison, le nombre de semaines d'activité et le montant moyen des dépenses effectuées. Ce

montant moyen a été déterminé sur la base des enseignements des phases qualitative et documentaire de l'étude. Il ressort également de la phase qualitative de l'étude que les dépenses réalisées par les personnels de bord sont essentiellement effectuées à partir des pourboires, parfois substantiels, laissés par les croisiéristes¹. Les dépenses des personnels de bord peuvent ainsi être comptabilisées en totalité au titre des retombées de l'activité pour le territoire.

PARAMÈTRES RETENUS POUR L'ÉVALUATION

- Nombre de personnels de bord présents dans les 89 péniches hôtels : 464
- Nombre moyen de semaines d'exploitation : 19
- Nombre de semaines-individus : 10 672²
- Dépense moyenne par semaine : 100 € TTC³

RÉPARTITION PAR BASSIN DU POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LA DÉPENSE DES PERSONNELS DE BORD

	Montant TTC
Hauts-de-France	51 000 €
Seine	75 000 €
Grand Est	105 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	350 000 €
Rhône-Alpes	98 000 €
Aquitaine Occitanie	135 000 €
TOTAL	814 000 €

Compte tenu de ces éléments, **la dépense totale effectuée à terre par les personnels durant la saison est estimée à environ 814 000 € TTC (723 000 € HT)⁴**.●

1. Nous considérerons donc qu'ils ne correspondent pas à une réinjection d'une partie des rétributions versées par les opérateurs, ce qui aurait nécessité de ne retenir que les dépenses des personnels résidant hors du territoire afin d'éviter le double compte d'une partie des rétributions nettes (déjà comptabilisées au titre des retombées opérateurs).

2. Ce nombre est à rapprocher de celui des croisiéristes accueillis : 14 900. 42 % des personnes présentes sur les territoires durant la saison sont ainsi des membres d'équipage.

3. Le ratio retenu ici est issu de l'étude Modèle économique des escales dédiées aux paquebots fluviaux, VNF, 2016.

4. L'évaluation de la dépense réalisée par les personnels de bord a tenu compte du nombre de personnels navigants et de semaines d'exploitation estimés par bassin.

Le poids économique généré par les croisiéristes et les personnels de bord

Toutes dépenses confondues (dépenses touristiques à terre et lors des pré et post séjours des croisiéristes et dépenses des personnels de bord), **les retombées liées aux achats et consommations des personnes présentes à bord des péniches hôtels est d'environ 17 millions d'euros TTC au plan national.**

Elles se répartissent en deux grandes catégories :

- Les dépenses réalisées sur les bassins lors des escales à terre ≈ 20 % (3,2 millions d'euros TTC)
- Les dépenses effectuées lors des pré et post séjours ≈ 80 % (13,5 millions d'euros TTC)



80 %

**DÉPENSES
LORS DES PRÉ
ET POST SÉJOURS**

POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LES PERSONNES À BORD AU PLAN NATIONAL

	Total France € TTC	%
Dépenses touristiques en cours de navigation	3 210 000 €	19 %
Dépenses des croisiéristes	2 395 000 €	14 %
Dépenses des personnels de bord	815 000 €	5 %
Dépenses lors des pré-post séjours	13 516 000 €	81 %
TOTAL	16 726 000 €	100 %

POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LES PERSONNES À BORD DANS LES BASSINS

	Total bassins € HT	%
Dépenses touristiques en cours de navigation	2 830 000 €	39 %
Dépenses des croisiéristes	2 107 000 €	29 %
Dépenses des personnels de bord	723 000 €	10 %
Dépenses lors des pré-post séjours	4 410 000 €	61 %
TOTAL	7 240 000 €	100 %

43 % de ces retombées (7,5 millions d'euros HT) impactent également le tissu économique des bassins.

La diminution des niveaux de retombées à l'échelle des territoires provient des dépenses en pré et post séjours effectués hors des bassins de navigation et qui ne profitent donc pas aux économies locales.

La répartition entre les dépenses réalisées à terre en cours de navigation et celles relevant des pré et post séjours s'équilibre ainsi à l'échelle locale : respectivement 39 % et 61 % des dépenses globales. ●

POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LA DÉPENSE DES CROISIÉRISTES ET PERSONNELS DE BORD PAR BASSIN

	Montants HT
Hauts-de-France	452 000 €
Seine	694 000 €
Grand Est	887 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	3 115 000 €
Rhône-Alpes	909 000 €
Aquitaine Occitanie	1 183 000 €
TOTAL	7 240 000 €

Le poids économique global : clientèles, personnels de bord et opérateurs

POIDS ÉCONOMIQUE AU NIVEAU NATIONAL

Au plan national le poids économique global de la filière péniches hôtels est évalué à environ 63 millions d'euros TTC.

POIDS ÉCONOMIQUE AU NIVEAU NATIONAL (POIDS)

	Montants TTC
Retombées générées par les opérateurs	45 971 000 €
Retombées générées par la clientèle	15 911 000 €
Retombées générées par les personnels de bord	815 000 €
TOTAL	62 697 000 €

Compte tenu des spécificités de cette activité et notamment la commercialisation des croisières dans le cadre de forfaits tout compris, l'essentiel de ce poids économique provient de la dépense des entreprises : 46 millions d'euros, soit près des trois quarts du poids économique global.

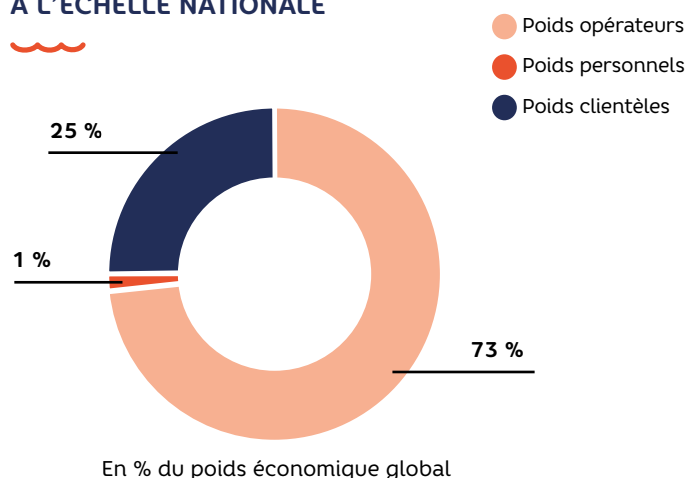
Les retombées liées à la dépense des croisiéristes se répartissent quant à elles en deux catégories :

- Les dépenses réalisées en cours de navigation (achats dans les commerces, les restaurants, les cafés...) : 3,8 % (2,4 millions d'euros)
- Les dépenses réalisées à l'occasion des pré et post séjours effectués sur le bassin (hébergements, restauration, transports sur site, activités...) : 21,7 % (13,5 millions d'euros).

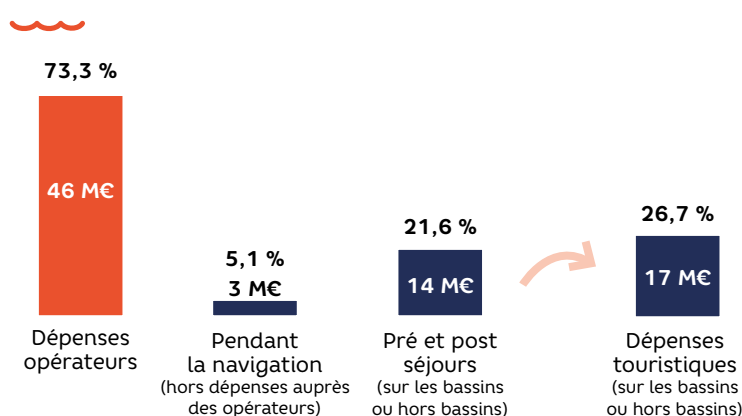
Du fait de la faiblesse des niveaux de consommation en cours de croisière, **l'essentiel des retombées générées par les croisiéristes est lié aux pré et post séjours (85 %).**

Les dépenses effectuées par les personnels de bord (0,82 million d'euros) représentent quant à elles 1 % des retombées globales à l'échelle nationale. ●

SOURCES DU POIDS ÉCONOMIQUE À L'ÉCHELLE NATIONALE



PART DE LA DÉPENSE TOURISTIQUE DANS LE POIDS ÉCONOMIQUE GLOBAL À L'ÉCHELLE NATIONALE (En % du poids économique)



POIDS ÉCONOMIQUE AU NIVEAU DES BASSINS

À l'échelle des bassins le poids économique global de la filière est évalué à **22,1 millions d'euros HT**.

Comme au plan national, il est principalement lié à la dépense des opérateurs de la filière (14,9 millions d'euros).

La diminution des dépenses des entreprises observée au niveau des bassins résulte principalement des charges sociales et de la fiscalité qui échappent aux territoires¹ (TVA et impôts sur les bénéfices) mais aussi du recours, par les entreprises de la filière, aux entreprises et personnels extérieurs.

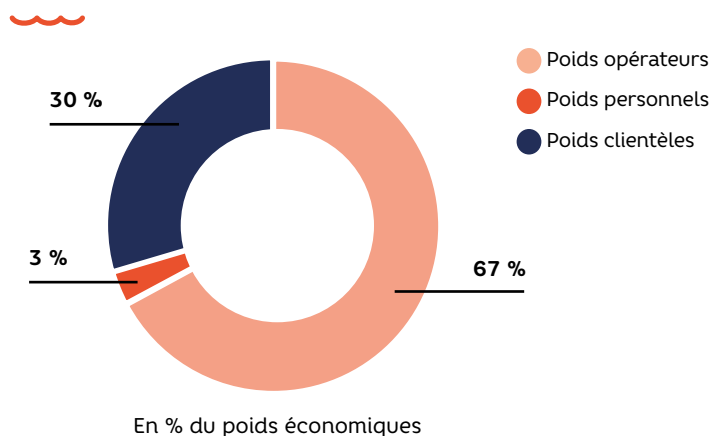
Au niveau des dépenses des clientèles, cette baisse provient essentiellement des pré et post séjours passés à l'extérieur des bassins. ●

1. Dans le cadre de cette approche de court terme, les retours vers les territoires sous ses diverses formes d'une part des charges fiscales et sociales versées au plan national (prestations sociales, dotations de l'État...) ne sont pas pris en compte.

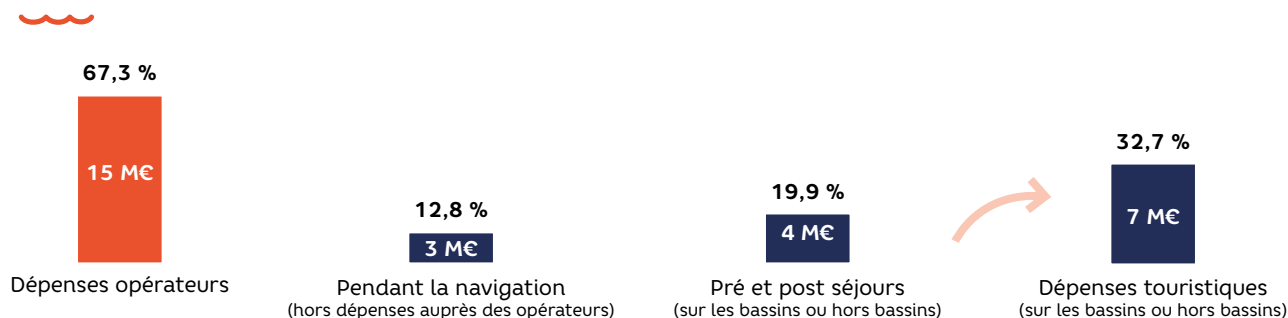
POIDS ÉCONOMIQUE À L'ÉCHELLE DES BASSINS

	Montants HT
Retombées générées par les opérateurs	14 881 000 €
Retombées générées par la clientèle	6 517 000 €
Retombées générées par les personnels de bord	723 000 €
TOTAL	22 121 000 €

SOURCES DU POIDS ÉCONOMIQUE À L'ÉCHELLE DES BASSINS



PART DE LA DÉPENSE TOURISTIQUE DANS LE POIDS ÉCONOMIQUE GLOBAL À L'ÉCHELLE DES BASSINS (En % du poids économique)



RÉPARTITION DU POIDS ÉCONOMIQUE PAR BASSIN

	Retombées opérateurs	Retombées clients et personnels	Total
Hauts-de-France	910 000 €	452 000 €	1 362 000 €
Seine	1 395 000 €	694 000 €	2 089 000 €
Grand Est	1 859 000 €	887 000 €	2 746 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	6 437 000 €	3 115 000 €	9 552 000 €
Rhône-Alpes	1 795 000 €	909 000 €	2 704 000 €
Aquitaine Occitanie	2 485 000 €	1 183 000 €	3 668 000 €
TOTAL (EN € HT)	14 881 000 €	7 240 000 €	22 121 000 €



L'impact économique



2/3

**DE L'IMPACT
ÉCONOMIQUE
GÉNÉRÉ PAR
LA DÉPENSE
DES OPÉRATEURS**

■ La mesure en termes d'impact économique aboutit à une évaluation plus restrictive des retombées économiques car elle ne prend en compte que les montants financiers qui n'auraient pas été injectés sur le territoire en l'absence de l'activité. Comme nous l'avons vu précédemment, les dépenses des clientèles résidant sur le territoire ne sont donc pas comptabilisées car elles ne constituent pas de nouvelles injections de ressources¹. N'ont pas non plus été prises en compte les dépenses des croisiéristes qui ne seraient pas venus en France s'ils n'avaient pas effectué la croisière.

L'impact économique à l'échelle des bassins est ainsi estimé à 26,7 millions

d'euros HT, soit près de 1 400 € par passager.

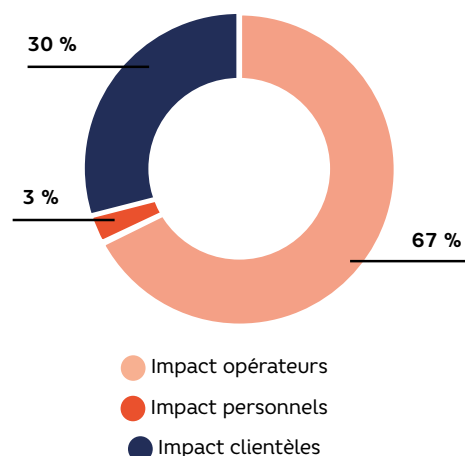
Les deux tiers de l'impact est généré par la dépense des opérateurs. Ces 13,9 millions d'euros d'impact correspondent ainsi aux dépenses effectuées localement par les entreprises de la filière auprès des acteurs économiques locaux à partir du chiffre d'affaires généré par les clientèles provenant de l'extérieur du bassin et qui ne seraient pas venus en l'absence de l'activité².

6 millions d'euros HT sont injectés par les croisiéristes, principalement dans le cadre des pré et post séjours (4,2 millions d'euros) ; environ 700 000 € par les personnels de bord. ●

1. Lors de la mesure de l'impact économique, à l'échelle d'un bassin, les dépenses des clients résidant sur le bassin ne sont pas prises en compte, à l'échelle nationale, seules les dépenses des visiteurs étrangers sont comptabilisées. La valeur retenue ici pour rendre compte de l'impact économique de l'activité des péniches hôtels sur les territoires est la somme des impacts générés dans les différents bassins de navigation.
2. Les dépenses réalisées par les personnels résidant sur le bassin ont été comptabilisées car elles sont réalisées à partir des pourboires versés par les croisiéristes exclusivement originaires de l'extérieur du territoire.

IMPACT ÉCONOMIQUE À L'ÉCHELLE DES BASSINS

	Montant HT
Impact généré par les opérateurs	13 879 000 €
Impact généré par les clientèles	6 075 000 €
Impact généré par les personnels de bord	723 000 €
TOTAL	20 677 000 €



RÉPARTITION PAR BASSIN DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE

	Impact opérateurs	Impact clients et personnels	Total
Hauts-de-France	849 000 €	424 000 €	1 273 000 €
Seine	1 301 000 €	651 000 €	1 952 000 €
Grand Est	1 734 000 €	833 000 €	2 567 000 €
Centre Bourgogne-Franche-Comté	6 003 000 €	1 925 000 €	8 928 000 €
Rhône-Alpes	1 674 000 €	854 000 €	2 528 000 €
Aquitaine Occitanie	2 318 000 €	1 111 000 €	3 429 000 €
TOTAL (EN € HT)	13 879 000 €	6 798 000 €	20 677 000 €



DE LA DÉPENSE GLOBALE À L'IMPACT ÉCONOMIQUE

Le schéma suivant récapitule les niveaux de retombées et d'impact produits par les différents types d'évaluation.

La somme de la dépense TTC des opérateurs d'une part et de l'ensemble des clientèles d'autre part conduit à l'évaluation du niveau maximal de retombées pouvant être capté par le territoire, soit 76 millions d'euros. Ce montant prend en compte l'ensemble des dépenses touristiques des clientèles (hors opérateurs), des personnels de bord et, sans distinction, celles réalisées en France et à l'étranger par les opérateurs.

Le retrait des montants dépensés par les opérateurs à l'étranger permet d'obtenir une évaluation du poids économique de la filière au plan national (63 millions d'euros). Il comprend la dépense des opérateurs en France, celle des personnels de bord et celle réalisée hors opérateurs par la clientèle.

Une analyse en termes de poids économique à l'échelle des bassins restreint le niveau des retombées aux seules dépenses réalisées localement, dans le tissu économique des bassins. Les dépenses hors bassins ne sont donc plus comptabilisées. Les retombées économiques globales, tous bassins confondus, sont ainsi estimées à 22 millions d'euros. La baisse significative observée par rapport au stade précédent a trois principales origines : le retrait des charges sociales et fiscales relevant du national (TVA, charges sociales...), la suppression des dépenses réalisées par les opérateurs auprès d'entreprises ou de personnels extraterritoriaux et de celles effectuées par les clientèles lors des pré et post séjours passés à l'extérieur du bassin.

Enfin, l'approche en termes d'impact économique aboutit à un niveau de retombées de 21 millions d'euros. Elle ne prend

en compte que les dépenses locales des clients extraterritoriaux qui ne seraient pas venus sur le bassin sans la croisière ainsi que celles des entreprises réalisées à partir du chiffre d'affaires généré par ces mêmes clients. Elle aboutit donc à des niveaux de retombées plus limités mais qui correspondent plus fidèlement à la réelle injection de ressources nouvelles sur le territoire. Dans le cas de la filière des péniches hôtels, **l'écart entre poids et impact économique à l'échelle des bassins est faible**. Cela tient à deux principaux phénomènes : la provenance extraterritoriale de la clientèle et le fort taux d'attribution de la présence locale des visiteurs à la croisière fluviale (93 %). ●

NIVEAUX DE RETOMBÉES ET IMPACT PRODUITS PAR LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉVALUATION

Dépenses globales TTC : opérateurs et passagers*

76 M€ TTC

Poids économique national TTC

63 M€ TTC

13 M€

Dépenses hors France des opérateurs

Poids économique au niveau des bassins HT

22 M€ HT

41 M€ HT

13 M€

Dépenses hors bassin des opérateurs (dont TVA et charges sociales)
Dépenses des pré et post séjour hors bassin. Certaines dépenses clients non affectées à un bassin

Impact économique bassins HT

21 M€ HT

1

41 M€ HT

13 M€

Dépenses des clients habitant le territoire. Dépenses pré et post séjour des clients qui seraient venus sur le territoire sans la pratique fluviale. Dépenses des opérateurs réalisées à partir du CA généré par les habitants du territoire

*Dépenses attribuées par le client à la pratique fluviale.

Quelques données de synthèse au niveau national

DONNÉES NATIONALES : DESCRIPTION DE LA CLIENTÈLE

Age	50 % de plus de 70 ans 85 % de plus de 60 ans
Provenance	Hors Europe : 83 % (principalement États-Unis et Australie) Europe : 13 % (principalement Royaume-Uni) France : 4 %
Composition	60 % viennent avec des amis Majorité de couples
Taux de primo-pratiquants	58,9 %
Part des clients qui ne seraient pas venus en France en l'absence de ce produit	56,5 %
Prix du produit (tarif par personne)	1 000 à 1 500 € la semaine sur les péniches vélo 1 500 à 8 000 € la semaine sur les autres péniches
Principales activités pratiquées	Visites de sites naturels, historiques, culturels Visites de vignoble
Dépense moyenne par passager au cours de la croisière (TTC)	161 €
Part de clients qui réalisent un pré ou post séjour	85 %
Dépense moyenne par passager pour les pré et post séjours (TTC)	907 €

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	National
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT) Valeur ajoutée	54,39 K€ 22,03 K€
Dépenses des passagers et personnels de bord (TTC) > Dépenses touristiques durant les navigations (TTC) > Dépenses en pré / post séjour (TTC) Bassin et hors bassins	16,73 K€ 3,21 K€ 13,52 K€
Poids économique global (TTC) > Poids économique des opérateurs (TTC) > Poids économique « clientèle » et « personnels » (TTC) Poids économique global (HT)	62,70 K€ 45,97 K€ 16,73 K€ 55,35 K€
Impact économique (HT)	20,68 K€

*Dépenses réalisées sur le bassin

Les caractéristiques et retombées économiques de la filière par bassin de navigation

Les tableaux présentés ci-après mentionnent une sélection d'informations quantitatives destinées à rappeler les principaux résultats propres à chaque bassin et à mettre en évidence leurs spécificités.

CARACTÉRISTIQUES DES BASSINS

Les données synthétisées par bassin peuvent être classées en deux catégories : les caractéristiques de la flotte et de la fréquentation et les données économiques et financières.

1/ LES INFORMATIONS RELATIVES À LA FLOTTE ET À LA FRÉQUENTATION

- Trois indicateurs rendent compte du **volume de l'offre** :
 - Le nombre d'opérateurs : entreprises exploitant au moins une péniche hôtel sur le bassin
 - La flotte : le nombre de péniches hôtels en activité sur le bassin
 - La capacité d'accueil : le nombre de places¹
- Trois renseignent sur le volume de la demande durant l'année :
 - Le nombre de passagers transportés
 - Le nombre de nuitées² passées à bord par les clientèles
 - Le nombre de journées de croisière
- Au-delà des informations volumétriques, 6 ratios de synthèse sont également proposés.

Le premier est relatif à l'offre :

- La capacité moyenne des bateaux
 - **En nombre de places : nombre total de places / nombre de bateaux.**

Les cinq autres à la demande :

- Le nombre moyen de passagers par place
 - **Cet indicateur rend compte du degré de rotation des passagers sur les bateaux. En guise d'exemple, dans le cas de navigations d'une semaine durant la saison, il indique le nombre moyen de semaines commercialisées par les bateaux sur le bassin.**
- Le nombre de passagers accueillis par bateau sur l'ensemble de l'année
- La durée moyenne des croisières (en nombre de nuits)
- Le nombre moyen de nuitées par place
- Le nombre moyen de nuitées par bateau.

EXEMPLE D'INTERPRÉTATION : POUR LE BASSIN HAUTS-DE-FRANCE (CF. PAGE 94)

« Sur le bassin des Hauts-de-France **7** sociétés exploitent les **7** péniches hôtels en activité en 2019. Ces péniches hôtels peuvent accueillir au total **127** personnes, soit une moyenne de **18,1** personnes par bateau. Au total, **910** clients ont effectué une croisière à bord des 7 péniches du bassin en 2019. En moyenne durant l'année chacune des 127 places en péniche hôtel a été occupée par **7** passagers (7,2), soit une moyenne annuelle de **130** passagers par bateau. En matière de séjour **5 570** nuitées ont été effectuées à bord par les 130 croisiéristes soit une durée moyenne de croisière de **6,1** nuits. Chaque place est ainsi à l'origine de **44** nuitées, chaque bateau de **795** nuitées. Le nombre de journées de présence sur le bassin durant les croisières est estimé à **6 480** ».

2/ DES INFORMATIONS ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

Ces données font référence à 3 catégories d'informations :

- Des **données économiques de cadrage des opérateurs** :
 - Le chiffre d'affaires généré sur le bassin par l'activité
 - **Ce chiffre d'affaires a été estimé à partir des volumes de clients transportés. C'est à partir de ce chiffre d'affaires que les entreprises vont effectuer les dépenses sources de retombées économiques pour les territoires.**
 - La valeur ajoutée générée à partir de ce chiffre d'affaires

1. Rappel : la "place" est l'unité de mesure utilisée dans le cadre de l'étude pour rendre compte de la capacité d'accueil des péniches hôtels. Le nombre de places correspond au nombre total de personnes pouvant être accueillies par le bateau compte tenu du nombre et des caractéristiques de ses cabines. À titre d'exemple, une péniche disposant de 6 cabines pour 2 personnes se voit affecter une capacité d'accueil de 12 places.

2. La définition de la nuitée est ici conforme à celle retenue par l'INSEE : "Nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement ; deux personnes séjournant trois nuits dans un hôtel comptent ainsi pour six nuitées de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit".

- Le nombre d'emplois
- Des données relatives à la **dépense des passagers**.
 - Les dépenses des clientèles et des personnels de bord sur le bassin
 - Le montant, exprimé en TTC, correspond aux dépenses touristiques effectuées à terre durant la croisière (restauration, achats dans les commerces, sorties dans les cafés...) et à celles réalisées lors des pré et post séjours passés sur le territoire (hébergement, restauration, transports sur site...). Les dépenses lors des pré et post séjours effectuées hors bassin ne sont pas prises en compte.
 - Les dépenses des clientèles et personnels de bord durant les croisières
 - Rappel des montants dépensés à terre. Dépenses exclusivement réalisées dans les bassins.
 - Les dépenses des clientèles en pré et post séjours
- Rappel des montants exclusivement liés aux pré et post séjours sur le territoire.
- Des données relatives aux **retombées économiques** (poids et impact) :
 - Le poids économique global
 - Somme du poids « opérateurs » et du poids « passagers ».
 - Le poids économique généré par les opérateurs
 - Il reprend les dépenses réalisées par les entreprises auprès des différents acteurs économiques du territoire (entreprises, collectivités et ménages).
 - Le poids économique découlant de la dépense des passagers (clientèle et personnels)
 - Montants dépensés localement et pouvant être attribués à l'activité des péniches hôtels.
 - L'impact économique ●

SPÉCIFICITÉS DES BASSINS

Deux moyens ont été utilisés pour permettre de relativiser la situation observée sur le bassin par rapport à celle observée dans les autres bassins.

1/ LA MENTION DES VOLUMES OBSERVÉS DANS L'ENSEMBLE DES BASSINS

Pour chaque indicateur est mentionnée la somme des montants observés dans l'ensemble des bassins (colonne « total bassins »).

Pour les indicateurs présentés dans le premier tableau (offre et demande) et, dans le second tableau, pour ceux relatifs à la position économique de la filière locale (chiffre d'affaires, valeur ajoutée et emplois) et à l'impact économique, la somme des valeurs des bassins est égale au volume observé au niveau national.

Pour les dépenses en pré et post séjours et les trois indicateurs relatifs au poids économique, seules les dépenses réalisées dans les bassins ont été retenues afin de ne prendre en compte que la situation observée sur les territoires. Les dépenses effectuées au plan national mais hors bassin n'ont ainsi pas été comptabilisées. Il s'agit, pour les entreprises, du recours à des fournisseurs ou des personnels situés hors bassin, du paiement d'impôts et taxes à l'échelle nationale et pour les clientèles des dépenses liées aux pré et post séjours passés hors bassin.

2/ LA PRÉSENCE DE DEUX INDICATEURS DE POSITION

- Le premier, symbolisé par la mention « % » indique la part que représente le bassin dans le total national. Cet indicateur est proposé pour tous les critères volumétriques.

À noter : pour le nombre d'opérateurs, un même opérateur pouvant être présent sur plusieurs bassins le pourcentage n'exprime pas dans ce cas un poids mais un niveau de présence.

- Un deuxième indicateur symbolisé par la mention « Coeff. » indique dans quelle mesure la situation observée dans le bassin est supérieure ou inférieure à celle observée dans les autres bassins. Il correspond au rapport entre le pourcentage propre au bassin et le pourcentage moyen dans les autres bassins.

Ainsi, pour un critère donné, un coefficient égal à 1 indique que la situation dans le bassin est identique à celle observée dans les autres bassins. La situation dans le bassin sera d'autant inférieure à celle observée dans les autres bassins que le coefficient sera proche de 0, elle sera d'autant supérieure que le coefficient sera supérieur à 1.

À noter : cet indicateur traduit de manière factuelle la situation observée dans le bassin. Il ne constitue pas un indicateur de performance. ●

**EXEMPLE D'INTERPRÉTATION :
POUR LE BASSIN CENTRE BOURGOGNE-
FRANCHE-COMTÉ (CF. PAGE 97)**

Ligne « Flotte » : « 36 péniches hôtels sont en activité sur les 89 péniches recensées dans l'ensemble des bassins soit 40,4 % de la flotte. Le nombre de péniches présentes dans le bassin est 3,4 fois supérieur à celui observé en moyenne dans les autres bassins ».

Ligne « Capacité d'accueil moyenne par bateau » :
« Les bateaux présents dans le bassin peuvent, en moyenne, accueillir 9,8 personnes. La capacité d'accueil de l'ensemble de la flotte en moyenne de 11,6 personnes (bateaux du bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté inclus). La capacité d'accueil moyenne des bateaux du bassin correspond à 77 % de celle observée dans les autres bassins ».

**EXEMPLE D'INTERPRÉTATION :
POUR LE BASSIN HAUTS-DE-FRANCE
(CF. PAGE 94)**

Ligne « Flotte » : « 7 péniches hôtels sont en activité sur les 89 péniches recensées dans l'ensemble des bassins soit 7,9 % de la flotte. Le nombre de péniches présentes dans le bassin correspond à 43 % du nombre moyen de péniches observé dans les autres bassins ».

Ligne « Capacité d'accueil moyenne par bateau » :
« Les 7 péniches hôtels présentes dans le bassin peuvent, en moyenne, accueillir 18,1 personnes. Cette capacité d'accueil est en moyenne de 11,6 personnes dans l'ensemble des bassins (Hauts-de-France inclus). La capacité d'accueil moyenne des bateaux dans les Hauts-de-France est 1,65 fois supérieure à celle observée en moyenne dans les autres bassins (ou supérieure de 65 %) »



LE BASSIN HAUTS-DE-FRANCE

OFFRE ET FRÉQUENTATION

	Bassin	Total bassins		Coeff.
Opérateurs	7	68	10,1 %	0,49
Flotte	7	89	7,9 %	0,43
Capacité d'accueil (en nombre de places)	127	1 030	12,3 %	0,70
> Capacité d'accueil moyenne par bateau (places)	18,1	11,6	-	1,65
Nombre de passagers transportés	910	14 900	6,1 %	0,26
> Nombre moyen de passagers par place	7,2	14,5	-	0,46
> Nombre moyen de passagers par bateaux	130	167	-	0,76
Nombre de nuitées	5 570	85 100	6,5 %	0,28
> Durée moyenne des croisières (en nuits)	6,1	5,7	-	1,07
> Nombre moyen de nuitées par place	44	83	-	0,50
> Nombre moyen de nuitées par bateau	795	956	-	0,82
Nombre de journées de croisières	6 480	100 000	6,5 %	0,28

Dominantes en termes d'offre et de fréquentation :

Une capacité d'accueil limitée et des bateaux ayant un nombre de cabines supérieur à la moyenne nationale.
Un nombre de passagers par place plus faible et des croisières légèrement plus longues.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	Bassin	Total bassins
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT)	3 327 K€	54 385 K€
Valeur ajoutée	1 348 K€	22 028 K€
Nombre d'emplois navigants	57	464
Dépenses clientèle et personnels (TTC)*	511 K€	8 182 K€
> Dépenses touristiques durant la croisière (TTC)	207 K€	3 210 K€
> Dépenses en pré / post séjours (TTC)*	304 K€	4 972 K€
Poids économique global (HT)	1 362 K€	22 121 K€
> Poids économique « opérateurs » (HT)	910 K€	14 881 K€
> Poids économique « clientèle » et « personnels » (HT)	452 K€	7 240 K€
Impact économique (HT)	1 273 K€	20 677 K€

*Hors dépenses auprès des opérateurs

LE BASSIN SEINE

OFFRE ET FRÉQUENTATION

	Bassin	Total bassins		Coeff.
Opérateurs	8	68	11,8 %	0,57
Flotte	8	89	9,0 %	0,49
Capacité d'accueil (en nombre de places)	104	1 030	10,1 %	0,56
> Capacité d'accueil moyenne par bateau (places)	13,0	11,6	-	1,14
Nombre de passagers transportés	1 400	14 900	9,4 %	0,52
> Nombre moyen de passagers par place	13,4	14,5	-	0,93
> Nombre moyen de passagers par bateaux	175	167	-	1,05
Nombre de nuitées	8 580	85 100	10,1 %	0,56
> Durée moyenne des croisières (en nuits)	6,2	5,7	-	1,08
> Nombre moyen de nuitées par place	83	83	-	1,00
> Nombre moyen de nuitées par bateau	1 073	956	-	1,13
Nombre de journées de croisières	9 980	100 000	10,0 %	0,55

Dominantes en termes d'offre et de fréquentation :

Une capacité d'accueil totale limitée mais des bateaux ayant un plus grand nombre de cabines.

Un nombre de passagers par place plus faible. Une durée de croisière légèrement plus élevée.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	Bassin	Total bassins
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT)	5 098 K€	54 385 K€
Valeur ajoutée	2 065 K€	22 028 K€
Nombre d'emplois navigants	47	464
Dépenses clientèle et personnels (TTC)*	784 K€	8 182 K€
> Dépenses touristiques durant la croisière (TTC)	318 K€	3 210 K€
> Dépenses en pré / post séjours (TTC)*	466 K€	4 972 K€
Poids économique global (HT)	2 089 K€	22 121 K€
> Poids économique « opérateurs » (HT)	1 395 K€	14 881 K€
> Poids économique « clientèle » et « personnels » (HT)	694 K€	7 240 K€
Impact économique (HT)	1 952 K€	20 677 K€

*Hors dépenses auprès des opérateurs

LE BASSIN GRAND EST

OFFRE ET FRÉQUENTATION

	Bassin	Total bassins		Coeff.
Opérateurs	9	68	13,2 %	0,65
Flotte	10	89	11,2 %	0,63
Capacité d'accueil (en nombre de places)	137	1 030	13,3 %	0,77
> Capacité d'accueil moyenne par bateau (places)	13,7	11,6	-	1,21
Nombre de passagers transportés	1 860	14 900	12,5 %	0,71
> Nombre moyen de passagers par place	13,6	14,5	-	0,93
> Nombre moyen de passagers par bateaux	186	167	-	1,13
Nombre de nuitées	9 920	85 100	11,7 %	0,66
> Durée moyenne des croisières (en nuits)	5,3	5,7	-	0,92
> Nombre moyen de nuitées par place	72	83	-	0,86
> Nombre moyen de nuitées par bateau	992	956	-	1,04
Nombre de journées de croisières	11 780	100 000	11,8 %	0,67

Dominantes en termes d'offre et de fréquentation

Une capacité d'accueil totale et des bateaux ayant un nombre de cabines supérieur à la moyenne nationale.
Un nombre de passagers par place plus faible et des croisières légèrement plus courtes.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	Bassin	Total bassins
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT)	9 793 K€	54 385 K€
Valeur ajoutée	2 751 K€	22 028 K€
Nombre d'emplois navigants	62	464
Dépenses clientèle et personnels (TTC)*	1 002 K€	8 182 K€
> Dépenses touristiques durant la croisière (TTC)	381 K€	3 210 K€
> Dépenses en pré / post séjours (TTC)*	621 K€	4 972 K€
Poids économique global (HT)	2 746 K€	22 121 K€
> Poids économique « opérateurs » (HT)	1 859 K€	14 881 K€
> Poids économique « clientèle » et « personnels » (HT)	887 K€	7 240 K€
Impact économique (HT)	2 567 K€	20 677 K€

*Hors dépenses auprès des opérateurs

LE BASSIN CENTRE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

OFFRE ET FRÉQUENTATION

	Bassin	Total bassins		Coeff.
Opérateurs	27	68	39,7 %	2,65
Flotte	36	89	40,4 %	3,40
Capacité d'accueil (en nombre de places)	353	1 030	34,3 %	2,61
> Capacité d'accueil moyenne par bateau (places)	9,8	11,6	-	0,77
Nombre de passagers transportés	6 400	14 900	43,3 %	3,78
> Nombre moyen de passagers par place	18,2	14,5	-	1,45
> Nombre moyen de passagers par bateaux	179	167	-	1,11
Nombre de nuitées	36 160	85 100	42,5 %	3,69
> Durée moyenne des croisières (en nuits)	5,6	5,7	-	0,98
> Nombre moyen de nuitées par place	102	83	-	1,42
> Nombre moyen de nuitées par bateau	1 004	956	-	1,09
Nombre de journées de croisières	42 600	100 000	42,6 %	3,71

Dominantes en termes d'offre et de fréquentation

Une capacité d'accueil totale très importante mais des bateaux plus petits et un nombre de passagers par place plus élevé.

Une durée de croisière conforme à la moyenne nationale.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	Bassin	Total bassins
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT)	23 524 K€	54 385 K€
Valeur ajoutée	9 528 K€	22 028 K€
Nombre d'emplois navigants	159	464
Dépenses clientèle et personnels (TTC)*	3 520 K€	8 182 K€
> Dépenses touristiques durant la croisière (TTC)	1 369 K€	3 210 K€
> Dépenses en pré / post séjours (TTC)*	2 151 K€	4 972 K€
Poids économique global (HT)	9 552 K€	22 121 K€
> Poids économique « opérateurs » (HT)	6 437 K€	14 881 K€
> Poids économique « clientèle » et « personnels » (HT)	3 115 K€	7 240 K€
Impact économique (HT)	8 928 K€	20 677 K€

*Hors dépenses auprès des opérateurs

LE BASSIN RHÔNE-ALPES

OFFRE ET FRÉQUENTATION

	Bassin	Total bassins		Coeff.
Opérateurs	4	68	5,9 %	0,27
Flotte	5	89	5,6 %	0,30
Capacité d'accueil (en nombre de places)	95	1 030	9,2 %	0,51
> Capacité d'accueil moyenne par bateau (places)	19,0	11,6	-	1,71
Nombre de passagers transportés	1 800	14 900	12,1 %	0,69
> Nombre moyen de passagers par place	18,9	14,5	-	1,36
> Nombre moyen de passagers par bateaux	359	167	-	2,31
Nombre de nuitées	13 200	85 100	13,8 %	0,80
> Durée moyenne des croisières (en nuits)	6,5	5,7	-	1,16
> Nombre moyen de nuitées par place	123	83	-	1,57
> Nombre moyen de nuitées par bateau	2 344	956	-	2,68
Nombre de journées de croisières	13 500	100 000	13,5 %	0,78

Dominantes en termes d'offre et de fréquentation :

Une capacité d'accueil totale limitée mais des bateaux ayant un plus grand nombre de cabines, un plus grand nombre de passagers par place et des croisières plus longues.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	Bassin	Total bassins
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT)	6 559 K€	54 385 K€
Valeur ajoutée	2 657 K€	22 028 K€
Nombre d'emplois navigants	43	464
Dépenses clientèle et personnels (TTC)*	1 028 K€	8 182 K€
> Dépenses touristiques durant la croisière (TTC)	428 K€	3 210 K€
> Dépenses en pré / post séjours (TTC)*	600 K€	4 972 K€
Poids économique global (HT)	2 704 K€	22 121 K€
> Poids économique « opérateurs » (HT)	1 795 K€	14 881 K€
> Poids économique « clientèle » et « personnels » (HT)	909 K€	7 240 K€
Impact économique (HT)	2 527 K€	20 677 K€

*Hors dépenses auprès des opérateurs

LE BASSIN AQUITAINE OCCITANIE

OFFRE ET FRÉQUENTATION

	Bassin	Total bassins		Coeff.
Opérateurs	23	68	33,8 %	2,09
Flotte	23	89	25,8 %	1,74
Capacité d'accueil (en nombre de places)	214	1 030	20,8 %	1,31
> Capacité d'accueil moyenne par bateau (places)	9,3	11,6	-	0,75
Nombre de passagers transportés	2 500	14 900	16,7 %	1,01
> Nombre moyen de passagers par place	11,6	14,5	-	0,77
> Nombre moyen de passagers par bateaux	108	167	-	0,58
Nombre de nuitées	13 200	85 100	15,5 %	0,92
> Durée moyenne des croisières (en nuits)	5,3	5,7	-	0,91
> Nombre moyen de nuitées par place	62	83	-	0,70
> Nombre moyen de nuitées par bateau	570	956	-	0,53
Nombre de journées de croisières	15 700	100 000	15,7 %	0,93

Dominantes en termes d'offre et de fréquentation :

Une capacité d'accueil totale importante mais des bateaux plus petits, un nombre de passagers par place moins important et une durée de croisière plus limitée.

DONNÉES ÉCONOMIQUES

	Bassin	Total bassins
Chiffre d'affaires des opérateurs (HT)	9 083 K€	54 385 K€
Valeur ajoutée	3 679 K€	22 028 K€
Nombre d'emplois navigants	96	464
Dépenses clientèle et personnels (TTC)*	1 337 K€	8 182 K€
> Dépenses touristiques durant la croisière (TTC)	507 K€	3 210 K€
> Dépenses en pré / post séjours (TTC)*	830 K€	4 972 K€
Poids économique global (HT)	3 668 K€	22 121 K€
> Poids économique « opérateurs » (HT)	2 485 K€	14 881 K€
> Poids économique « clientèle » et « personnels » (HT)	1 183 K€	7 240 K€
Impact économique (HT)	3 429 K€	20 677 K€

*Hors dépenses auprès des opérateurs





ANNEXES



ANNEXES



Annexe 1. Mode opératoire général de l'évaluation des retombées économiques

Les évaluations économiques produites dans le cadre du présent rapport ont été réalisées par EMC (Éric Maurence Consultants) à partir d'un modèle général d'analyse alimenté par quatre principales sources d'informations.

1. Des données quantitatives sur le marché des péniches hôtels (offre

et demande) au plan national et par bassin. Ces données ont principalement porté sur les volumes de fréquentation et sur le nombre et les caractéristiques des opérateurs et des bateaux. Cet état des lieux réalisé par Grelet Conseil et Associés (GCA) et EMC pour le volet fréquentation à partir des données issues de l'Observatoire national du tourisme fluvial et de différentes sources documentaires complémentaires a permis de disposer des bases à partir desquelles les évaluations et extrapolations économiques ont pu être effectuées à l'échelle nationale et par bassin.

2. Des informations recueillies directement auprès des clientèles des péniches hôtels dans le cadre d'une enquête par sondage (cf. ci-après). Parallèlement au recueil de données destinées à mieux connaître les caractéristiques et les comportements passagers, l'enquête réalisée par EMC a permis la collecte d'informations spécifiquement consacrées à l'évaluation des retombées économiques générées par cette fréquentation. Ces informations portent principalement sur la taille et la provenance des groupes de clients, les taux de consommation par poste de dépenses, les montants de dépense et le degré d'attribution des différents types de dépenses à la croisière fluviale.
3. Les données financières et de gestion issues des comptes annuels des entreprises. Ces données ont constitué la principale source d'informations pour l'évaluation du niveau d'activité et de valeur ajoutée des entreprises et pour la détermination de la structure de leurs charges, élément nécessaire à



l'évaluation des retombées « opérateurs » eu égard à la méthodologie retenue.

4. Les informations recueillies lors de la phase qualitative de l'étude. Les différentes bases d'informations ont été complétées par des données recueillies lors des entretiens semi-directifs menés par GCA auprès de responsables d'entreprises dans le cadre de la phase qualitative de l'étude. Outre certaines données financières, les entretiens ont permis la collecte d'informations sur les caractéristiques des entreprises et des bateaux, les emplois, la politique tarifaire, les volumes de clientèle et la localisation des personnels et des dépenses des entreprises.

Ces différentes catégories de données ont fait l'objet de traitements spécifiques destinés à produire les informations nécessaires aux évaluations économiques.

- Exploitation des données d'enquête sur les dépenses. À partir des données d'enquête, le modèle d'analyse adapté du modèle Visit Impact a assuré la détermination du taux d'attribution des dépenses des clients à la croisière fluviale, des taux de consommation et des montants de dépenses par poste d'achat. Il a procédé au regroupement des dépenses par type (sur site, hors site, lors des pré et post séjours...) et à la conversion des montants TTC/HT. Les lots de données relatives au poids et à l'impact ont ainsi été constitués.
- Exploitation des informations recueillies lors des entretiens avec les responsables d'entreprise. Une analyse de contenu des différents entretiens a été effectuée pour en extraire l'ensemble

des éléments, notamment quantitatifs, ayant trait à la dimension économique. Ces données ont été rapprochées des informations disponibles via les autres volets d'étude (enquête, analyse financière et état des lieux) pour la production des indicateurs pris en compte dans le modèle général.

- Exploitation des données issues des comptes annuels et évaluation économiques relatives à l'offre. Un modèle adapté aux différents formats de dépôt (simplifié et complet) a permis l'évaluation pondérée par catégorie d'entreprises des indicateurs et ratios de synthèse propres à l'activité. Les montants financiers relatifs aux opérateurs (chiffre d'affaires, valeur ajoutée, montants par type de charges, poids à l'échelle nationale et des bassins, impact économique) ont été déterminés dans un module complémentaire d'analyse par l'application de ces ratios aux données générales sur l'offre ressortant de l'état des lieux et des données sur la localisation des dépenses fournies par le volet qualitatif de l'étude.



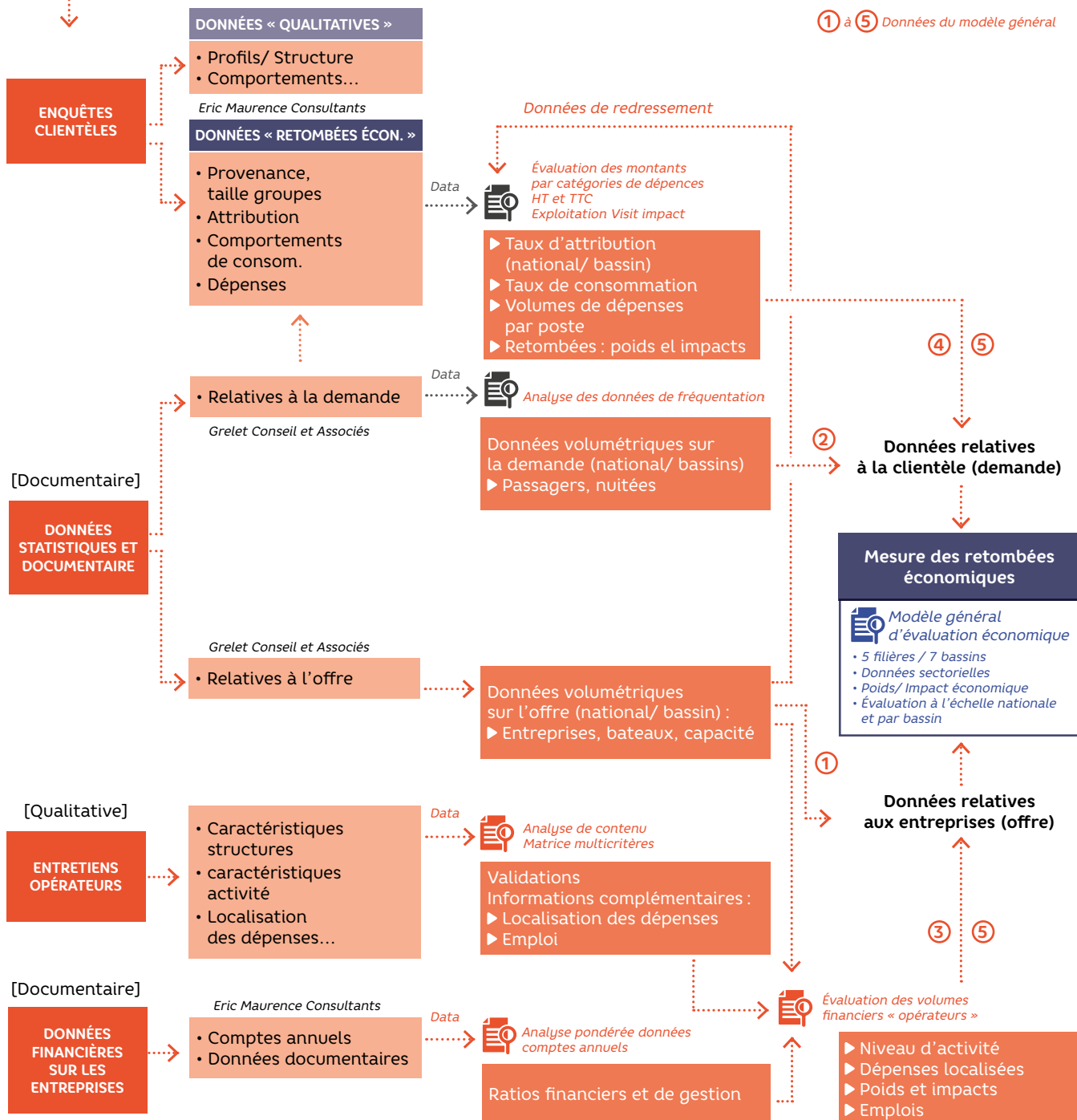
MODE OPÉRATOIRE GÉNÉRAL DE L'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

QUATRE PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATIONS

 Analyse
par filière EMC

 Analyse
inter-filières EMC

① à ⑤ Données du modèle général



L'ensemble des données relatives aux cinq filières d'activité détaillées par bassin et globalisées au niveau national ont été importées dans le modèle général d'analyse structuré en cinq grandes parties :

- ① Caractéristiques de l'offre : nombre d'opérateurs, de bateaux et capacité d'accueil.
- ② Caractéristiques de la demande : volumes de clients, de nuitées et de journées de présence

③ Données économiques relatives aux opérateurs : chiffres d'affaires, valeur ajoutée, TVA, montant et ventilation des charges par type, emplois.

④ Données sur la dépense des visiteurs et des personnels de bord : dépenses HT et TTC totales et par catégorie (dépenses sur site en cours de navigation, dépenses lors des pré et post séjours, dépenses hors navigation non affectables aux bassins).

⑤ Retombées économiques : taux d'attribution des dépenses à la pratique fluviale, poids et impact économiques totaux et par composante (opérateurs, personnels de bord, clientèle sur site, clientèle pré et post séjours...).

C'est de ce modèle général que sont issus les différents résultats présentés dans les rapports par filière. Cette centralisation a également permis la réalisation d'analyses inter-filières à l'échelle des bassins comme au plan national. ●

Annexe 2.

Méthodologie de l'enquête auprès des croisiéristes

Au cours de la saison 2019, une enquête a été mise en place auprès des passagers des péniches hôtels.

Afin de ne pas importuner les croisiéristes et conformément aux souhaits des responsables des péniches, la solution de l'enquête auto-administrée a été privilégiée. L'enquête a ainsi été réalisée avec la collaboration des personnels de bord des péniches participant à l'étude qui ont procédé à la diffusion des questionnaires à bord. Les questionnaires étaient disponibles en français, anglais et allemand, selon les caractéristiques de la clientèle communiquées par les opérateurs.

Sur l'ensemble des péniches hôtels sollicitées par le groupement, 17 ont accepté de participer à l'enquête.

Au total, **312 questionnaires ont ainsi été collectés sur une période de 3 mois** (début août à fin octobre 2019). Après retrait des questionnaires incomplets, 295 ont été exploités dans le cadre de l'étude.

165 ont été collectées auprès de clients de péniches indépendantes, 80 auprès de clients de péniches CroisiEurope et 50 collectées auprès de clients de péniches European Waterways.

L'échantillon de répondants a été redressé pour tenir compte du poids de chaque catégorie d'opérateurs dans la fréquentation totale.



© European waterways

Le questionnaire a été structuré autour des thèmes suivants :

- Les caractéristiques des groupes : provenance, composition, nombre de personnes et âge des personnes.

RÉPARTITION DES QUESTIONNAIRES SELON LES BASSINS

	Nb de questionnaires
Hauts-de-France	0
Seine	8
Grand Est	27
Centre Bourgogne-Franche-Comté	157
Rhône-Alpes	0
Aquitaine Occitanie	103
Ouest	0
TOTAL	295

- La croisière : dates de début et de fin, type de forfait, nom de la péniche retenue.
- Les croisières précédentes en péniche hôtel : nombre et lieu (France / étranger).
- L'incidence de la croisière sur la présence sur le territoire : venue préalable sur le territoire, attribution de la présence sur le territoire à la croisière, attribution de la présence en France à la croisière.
- Les comportements durant la croisière : activités pratiquées, types de produits achetés, fréquentation des restaurants et des cafés.
- Les montants dépensés : montant du forfait et dépenses hors forfait pour les activités, les achats de produits, dans les restaurants, dans les cafés, pour les autres dépenses ; nombre de personnes concernées par les dépenses.
- La présence et les caractéristiques des pré et post séjours : présence ou non de pré séjours, de post séjours ; durée et lieux des pré séjours, des post séjours. ●

Annexe 3. Les entretiens

Une première phase de l'étude a consisté en la conduite de 39 entretiens transversaux à l'ensemble des filières auprès :

■ des gestionnaires de la voie d'eau :

- les directions territoriales de VNF ;
- la Compagnie nationale du Rhône, le Grand Port Maritime de Bordeaux, HAROPA Ports de Paris et le Port autonome de Strasbourg ;
- les collectivités territoriales : région Bretagne, départements de Charente-Maritime, Loire Atlantique, Maine-et-Loire, Sarthe, Somme et le service des Canaux de Paris.

■ des institutionnels du tourisme menant une politique en faveur du développement du tourisme fluvial :

- Atout France ;

- les régions Auvergne Rhône-Alpes, Centre Val-de-Loire et Hauts-de-France ;
- les comités régionaux de tourisme de Bourgogne Franche-Comté et d'Occitanie ;
- les départements Bouches-du-Rhône, Val d'Oise et Yvelines ;
- les comités départementaux de tourisme de Seine-et-Marne et du Val de Marne ;
- la communauté de communes de Moret Seine et Loing ;
- les offices de tourisme de Cergy-Pontoise, Compiègne, Lyon, Marne et Gondoire, Nouvelle Normandie et Strasbourg.

Dans un second temps, des entretiens sectoriels ont été réalisés. Quinze entretiens individuels ont ainsi été menés avec les principaux acteurs de la filière des péniches hôtels :

- 8 opérateurs de péniches hôtels : Athos du Midi, Croisières Touristiques Françaises, Enchanté Finesse, European Waterways, Le Haricot Noir, Private Luxury Cruises, Savannah et VP Croisières ;
- 7 grossistes et agents de voyage : Abercrombie & Kent, Barge Connection, Barge Vacation, Barges in France, European Waterways (TO), Frontiers Travel et The Barge Lady. ●



© Privateluxurycruise

RÉCAPITULATIF DE L'ENSEMBLE DES ENTRETIENS MENÉS DE MARS À OCTOBRE 2019 POUR LA RÉALISATION DES ÉTUDES SUR LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME FLUVIAL EN FRANCE

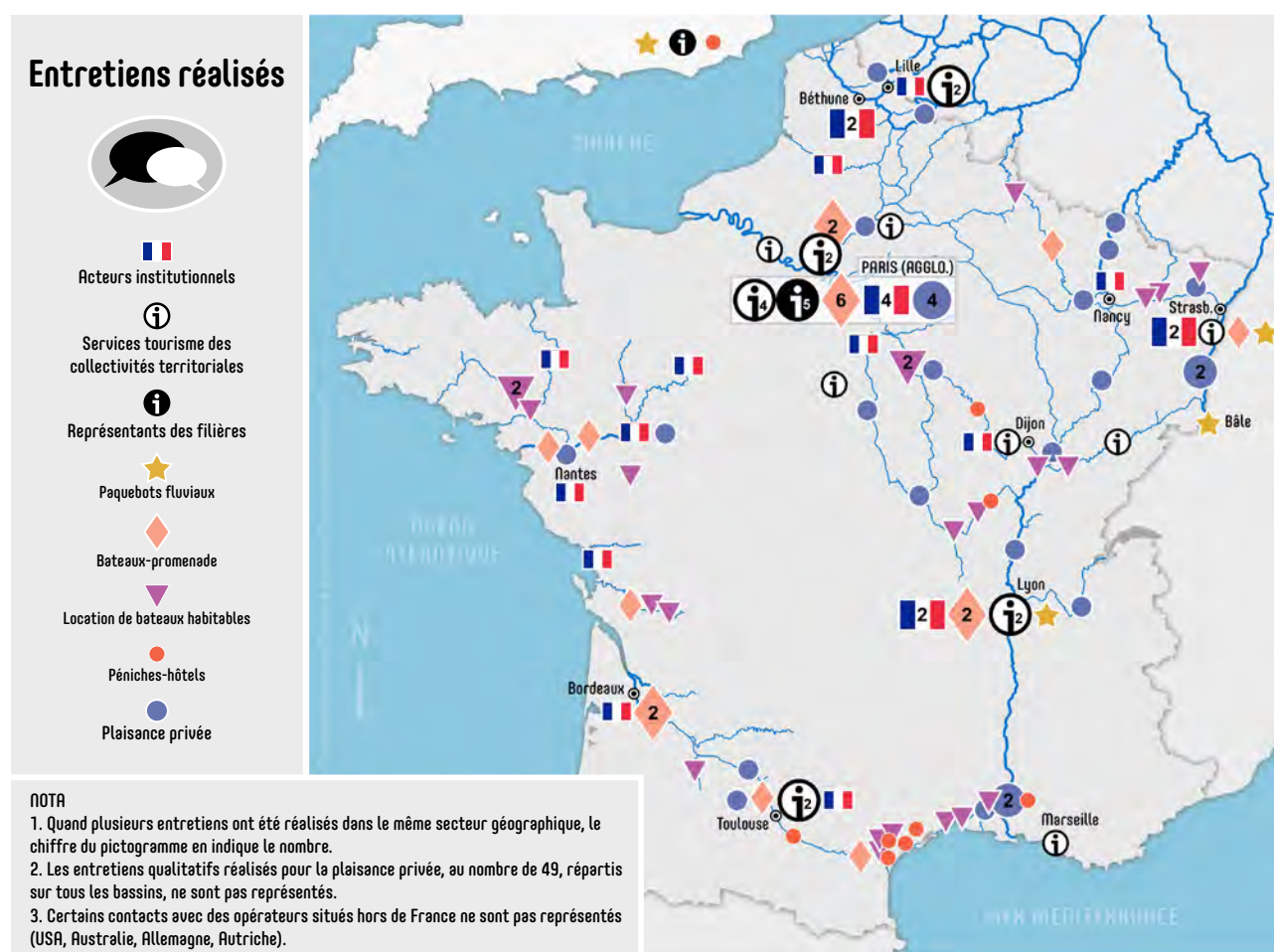




TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE..... 4



LES ÉTUDES SUR LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME FLUVIAL 4

LA SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE SUR LA FILIÈRE PÉNICHES HÔTELS 5

UN POIDS ÉCONOMIQUE DE 63 MILLIONS D'EUROS TTC..... 5

PRÈS DE 500 EMPLOIS DIRECTS..... 5

68 SOCIÉTÉS POUR 89 PÉNICHES HÔTELS..... 6

UN PRODUIT EN COURS DE DIVERSIFICATION 7

DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION SPÉCIFIQUES 7

L'IMPORTANCE DU « LOCAL »
DANS LE FONCTIONNEMENT DE LA FILIÈRE..... 8

PRÈS DE 15 000 PASSAGERS, TRÈS PEU DE FRANÇAIS..... 8

50 % SONT ÂGÉS DE PLUS DE 70 ANS..... 9

EN MOYENNE 161 € DÉPENSÉS PAR PASSAGER
AU COURS DE LA CROISIÈRE..... 9

UN MARCHÉ FRAGILE 10

UN PRODUIT DE NICHE, CERTES, MAIS DES OPÉRATEURS
EN DEMANDE DE PLUS D'ENCADREMENT..... 10

LA FILIÈRE DES PÉNICHES HÔTELS EN QUELQUES CHIFFRES..... 11

CHAPITRE 01

LA FILIÈRE PÉNICHES HÔTELS..... 14



DÉFINITION D'UNE PÉNICHE HÔTEL 14

CHAMP DE L'ÉTUDE 14

LE PÉRIMÈTRE GÉOGRAPHIQUE 15

LE PRODUIT ET SON FONCTIONNEMENT..... 16

Les différents types d'opérateurs 16

Les itinéraires et la durée de la croisière 18

La saison..... 19

LA FLOTTE	20
Une offre répartie sur l'ensemble du réseau, mais deux zones phares sur le Midi et la Bourgogne	20
Le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté, berceau historique de la filière	21
Des disparités selon les bassins.....	22
Le développement d'une nouvelle offre : des péniches hôtels positionnées sur la croisière vélo	23
LE RESENTI DES ACTEURS.....	24
Un besoin d'investissement en services.....	24
Un marché porteur mais fragile	25
Un besoin d'encadrement.....	25

CHAPITRE 02

LA COMMERCIALISATION	28
----------------------------	----



DES GAMMES DIFFÉRENTES DE PRODUIT POUR DE GRANDS ÉCARTS DE TARIFS	28
LES ACTEURS DE LA COMMERCIALISATION DU PRODUIT	30
Les grossistes.....	30
Les agents de voyages et les tour-opérateurs	31
Promotion.....	32
LE MONTAGE DES CIRCUITS.....	33
LES PARTENARIATS	33

CHAPITRE 03

LES CLIENTÈLES.....	36
---------------------	----



LE NOMBRE DE PASSAGERS TRANSPORTÉS AU PLAN NATIONAL ET PAR BASSIN	37
LES PROFILS DE CLIENTÈLES.....	39
La provenance des croisiéristes : une clientèle essentiellement extra-européenne.....	39
50 % de plus de 70 ans.....	39
La composition des groupes de passagers.....	40
Une clientèle aisée	40
Une activité qui attire de nouveaux consommateurs.....	41
Une filière vectrice du développement touristique de la France et de ses territoires	42
LES COMPORTEMENTS À TERRE.....	44
Des activités pratiquées à terre nombreuses et diverses.....	44
LES COMPORTEMENTS D'ACHAT ET LES DÉPENSES À TERRE DES CLIENTS AU COURS DE LA CROISIÈRE.....	45
Les taux de consommation par poste de dépense à terre.....	45
Le montant global des dépenses.....	46

LES PRÉ ET POST SÉJOURS	47
Taux de pré et post séjour	47
Une dominante de courts séjours	48
Les lieux de séjour	48
Les modes d'hébergement utilisés	50
Les achats et consommations complémentaires	51
Les dépenses en pré et post séjour	51

CHAPITRE 04

FOCUS LES BASSINS DE NAVIGATION	56
---------------------------------------	----



LE BASSIN HAUTS-DE-FRANCE : UNE OFFRE ORIENTÉE SUR LES CROISIÈRES VÉLO	57
LE BASSIN SEINE OU LA DÉCOUVERTE DE VOIES D'EAU AUTRES QUE LA SEINE	58
LE BASSIN GRAND EST ENTRE CHAMPAGNE ET ALSACE	58
LE BASSIN CENTRE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ : LÀ OÙ TOUT A COMMENCÉ... ..	59
LE BASSIN RHÔNE-ALPES : À VÉLO À TRAVERS LA PROVENCE ET LA CAMARGUE	60
LE BASSIN AQUITAINE OCCITANIE OU LA DOUCEUR DE VIVRE AU RYTHME DU MIDI	61

CHAPITRE 05

L'ÉCONOMIE DES OPÉRATEURS	64
---------------------------------	----



LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES NATIONAL ET PAR BASSIN	64
LA STRUCTURE DES CHARGES	65
LA VALEUR AJOUTÉE	67
L'EMPLOI	68

CHAPITRE 06

LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES	72
---------------------------------	----



AVANT-PROPOS : PARTIS PRIS DE MÉTHODE	72
Sources et bénéficiaires des retombées économiques	72
Une double évaluation : poids et impact économique	74
LE POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LES OPÉRATEURS	75
La ventilation des dépenses par type d'agents économiques	76
Le poids économique « opérateurs » par bassin	77
LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES GÉNÉRÉES PAR LES CLIENTÈLES ET LES PERSONNELS DE BORD	79
Les retombées économiques générées par les croisiéristes	79
Les retombées économiques générées par les personnels de bord	84

LE POIDS ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉ PAR LES CROISIÉRISTES ET LES PERSONNELS DE BORD	85
LE POIDS ÉCONOMIQUE GLOBAL : CLIENTÈLES, PERSONNELS DE BORD ET OPÉRATEURS	86
Poids économique au niveau national	86
Poids économique au niveau des bassins	87
L'IMPACT ÉCONOMIQUE	88
De la dépense globale à l'impact économique	89
QUELQUES DONNÉES DE SYNTHÈSE AU NIVEAU NATIONAL	90
LES CARACTÉRISTIQUES ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DE LA FILIÈRE PAR BASSIN DE NAVIGATION	91
Caractéristiques des bassins	91
Spécificités des bassins	92
Le bassin Hauts-de-France	94
Le bassin Seine	95
Le bassin Grand Est	96
Le bassin Centre Bourgogne-Franche-Comté	97
Le bassin Rhône-Alpes	98
Le bassin Aquitaine Occitanie	99

ANNEXES 100

ANNEXE 1 : MODE OPÉRATOIRE GÉNÉRAL DE L'ÉVALUATION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES	102
ANNEXE 2 : MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES CROISIÉRISTES	105
ANNEXE 3 : LES ENTRETIENS	106

Remerciements

Nous remercions l'ensemble des parties prenantes qui ont concouru à la bonne réalisation de cette étude, notamment les représentants professionnels, les entreprises de la filière et leurs clients, les professionnels du tourisme, le groupement qui a réalisé cette étude et bien évidemment les équipes de Voies navigables de France.

Pilotage de l'étude

Étude réalisée pour le compte de Voies navigables de France entre février 2019 et juin 2020
Pilotage et validation assurés par la direction du développement de VNF.

Réalisation de l'étude

État des lieux, étude de la filière et des bassins de navigation : SARL Grelet Conseil & Associés

État des lieux, enquête auprès des passagers, évaluations économiques :

Éric Maurence Consultants

Cartographie : Richard Bosquillon

Maquettage du rapport :  d'une idée l'autre.com

Photo couverture : Damien Lachas

Mandataire : TMO

Impression : Octobre 2020



Voies navigables de France

175, rue Ludovic Boutleux · CS 30820
62408 Béthune Cedex

www.vnf.fr

 vnf_officiel

 vnftourisme

 VNF Tourisme au fil de l'eau



Direction du Développement
ddev@vnf.fr